

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ, ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТОВАРОЗНАВСТВА**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**XL Ювілейної міжнародної наукової студентської
конференції за підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2016 рік**

(м. Полтава, 19–20 квітня 2017 року)

**Полтава
ПУЕТ
2017**

УДК 33:378.4(477.53)ПУЕТ
А43

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено

Редакційна колегія:

С. В. Гаркуша, д. т. н., професор, проректор з наукової роботи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Н. С. Педченко, д. е. н., професор, директор Інституту економіки, управління та інформаційних технологій Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Н. М. Тягунова, к. е. н., професор, декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

В. О. Скрипник, д. т. н., доцент, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

О. В. Яриш, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Н. І. Коливушка, завідувач науково-організаційного відділу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

А43 **Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства** : тези доповідей XL Ювілейної міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2016 рік (м. Полтава, 19–20 квітня 2017 року). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 388 с. – Текст укр., рос., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-278-5

Збірник містить тези найкращих доповідей XL Ювілейної міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2016 рік «Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства». Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Основна увага приділяється висвітленню результатів наукових досліджень у сфері економіки та підприємництва, інформаційних і мережевих технологій, товарознавства, харчових технологій та інженерії.

УДК 33:378.4(477.53)ПУЕТ

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.*

ISBN 978-966-184-278-5

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2017

ЗМІСТ

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 14

Довбня Н. В., Філічкіна К. К., Шкурупій О. В., Базавлук Н. Г.

Сучасні студенти пугет – майбутні stem-workers14

Шпитка З. П., Басій Н. Ф. Чинники купівельної поведінки

користувачів персональних комп'ютерів16

Наирази Фаррухї, Курбонов А. Р. Роль иностранных инвестиции

в экономике Республики Таджикистан в современных условиях18

Рахматуллоев Саидо, Султонов З. С. Проблемы
совершенствования налоговой системы Республики

Таджикистан в современных условиях21

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ25

Полтавець Д., Пугач А., Карцева В. В. Формування моделі

підтримки фінансової стійкості сільськогосподарських
підприємств25

Троценко А. А., Карцева В. В. Взаємозв'язок стійкого

розвитку підприємства фінансовою стратегією28

Кривчун В. А., Яріш О. В. Прогнозування показників

розвитку фінансових посередників в Україні31

Разіна К. Д., Яріш О. В. Антикризове управління

підприємством: теоретичний аспект33

Шарлай А. А., Гудзь Т. П. Сутність санаційного контролінгу

та його місце в системі фінансового менеджменту підприємства36

Сеніч Н. Ю., Гудзь Т. П. Роль кредитних послуг у фінансах

домогосподарств38

Бугаєвська А. І., Гасій О. В. Трансформація НБУ як елемент

реформи фінансового сектору України40

Малашина В. В., Вовченко О. С. Сучасні інфляційні

процеси в Україні: причини та наслідки42

Шилан Ж. О., Хряпа Ю. О., Вовченко О. С. Банки та

підприємства: сучасні кредитні відносини44

Эльвин Эльчин оглы Мехдиев, Петленко Ю. В. Финансово-

кредитный механизм развития Азербайджана46

Клопотова К. А., Толстенок Н. П. Направление совершенствования

анализа финансового состояния организации48

Шкульбаева К. Т., Шакуликова Г. Т. Стратегическое и

бюджетное планирование Казахстана50

Аманкосова Г. Х., Юсупова С. А. Стратегия инвестирования

в сельское хозяйство РК52

СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ..... 54

<i>Беляєв А. М., Ночовна Ю. О.</i> Сучасний стан та проблеми працевлаштування бухгалтерів	54
<i>Зіганшина Ю. Г., Ноздрачова К. Р., Стерлядева Н. В., Самбурська Н. І.</i> Проблеми обліку іноземних інвестицій	56
<i>Єщенко І. С., Вороніна В. Л.</i> Проблеми використання електронних документів.....	58
<i>Белова Ю. В., Винокурова Т. П.</i> Ускорение инкассации дебиторской задолженности как способ улучшения финансового состояния организации.....	60

СЕКЦІЯ 3. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ..... 62

<i>Кета Жермана Жозефина Да Роша, Кета Криманеза Паула Да Роша, Подольська В. О.</i> Сравнительная характеристика финансовой отчетности предприятий Украины и Республики Ангола	62
<i>Тронеvська І. М., Подольська В. О.</i> Гармонізація фінансової звітності українських підприємств як чинник прискорення євроінтеграції	65
<i>Синявська А. А., Подольська В. О.</i> Підходи до оцінки економічної безпеки підприємства	67
<i>Кисельова В., Корна О., Шмигленко О., Подольська В. О.</i> Нефінансова звітність вищого навчального закладу	69
<i>Чижик Т. В., Самбурська Н. І.</i> Особливості трендового аналізу доходу від реалізації сільськогосподарської продукції	71
<i>Тюкало М. С., Харитоновa Ю. В.</i> Направлення укрeплення платежеспособности организации.....	72
<i>Ширкова К. Ю., Соболев Г. О.</i> Нефінансова звітність як джерело аналізу стану трудових ресурсів компанії.....	74
<i>Рубан А. В., Соболев Г. О.</i> Аспекти організації аналізу виробничих запасів підприємств гірничодобувної промисловості	76
<i>Назарова А. С., Соболев Г. О.</i> Механізм та правові наслідки економічних порушень у сфері касових операцій	78
<i>Монастирська І. А., Соболев Г. О.</i> Типові порушення як ідентифікатори зон ризику аудиту операцій з грошовими коштами	80
<i>Полонская Е. А., Толстенков Н. П.</i> Направлення совершенствования анализа эффективности использования основных средств.....	82
<i>Тюкало М. С., Харитоновa Ю. В.</i> Направлення укрeплення платежеспособности организации.....	83

СЕКЦІЯ 4. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ..... 85

<i>Гомон Т. В., Теляк О. А.</i> Альтернативные банковскому кредитованию источники финансирования малого и среднего бизнеса (на примере Республики Беларусь)	85
---	----

<i>Николаев С. П., Саргаева Н. Ю.</i> Особенности оценки экономического развития региона	87
<i>Еркибаев А. Д.</i> Перспективы инновационного развития экономики	89

СЕКЦІЯ 5. ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ 90

<i>Шкуренко Ю. М., Ніколенко С. С.</i> Проблеми виробництва та споживання суспільних благ	90
<i>Чмирь В. В., Шаповалов В. О.</i> Економічні наслідки монопольної влади в ринковому середовищі	92
<i>Капліна С. І., Шаповалов В. О.</i> Рейтинги конкурентоспроможності України	94
<i>Лусевич М. С., Пантелеймоненко А. О.</i> Світовий досвід антикризового регулювання	96
<i>Гордієнко А. В., Похилук В. В.</i> Криза української економіки на сучасному етапі	98
<i>Белова Д. Д., Бодня Т. О.</i> Податкова політика України на сучасному етапі	100
<i>Тихолаз В. С., Бодня Т. О.</i> Особливості глобалізації економіки України	102
<i>Рудь Ю. О., Бодня Т. О.</i> Непрямі податки та їх роль у формуванні бюджету України	103
<i>Луцир М. М., Бодня Т. О.</i> Склад та призначення інфраструктури фондового ринку	105
<i>Семенова К. А., Бодня Т. О.</i> Особливості виникнення сучасної світової фінансової кризи	107
<i>Василенко А. Ю., Бодня Т. О.</i> Критерії оцінки рівня життя населення в Україні	108
<i>Писаренко Т. В., Бодня Т. О.</i> Глобалізація національних господарств та їх вплив на розвиток світової економіки	110
<i>Ревяко О. В., Машевская О. В.</i> Проблемы и направления развития внешнейторговой политики Республики Беларусь	112
<i>Пулькина А., Машевская О. В.</i> Особенности реализации внешнейторговой политики в условиях трансформации экономики	114
<i>Горбатенко С. М., Кривошеева Л. Н.</i> Особенности консервативной модели социальной политики Германии	116
<i>Baimukhanov K. D., Tleuberdiyeva S. S.</i> Government regulation of agro-industrial complex in the republic of Kazakhstan	118

СЕКЦІЯ 6. ПРАВО І СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ 120

<i>Юрченко Р. Ю., Гладкий С. О.</i> Основні вимоги правозастосовчої техніки	120
---	-----

<i>Усенко Д. В., Терела Г. В.</i> Правові аспекти реформування міжбюджетних відносин в Україні	122
<i>Куріло В. В., Терела Г. В.</i> Інститут банкрутства в незалежній Україні	124

СЕКЦІЯ 7. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ 126

<i>Худолій А. Ю., Воловик Л. Б.</i> Прислів'я в німецькій та українській мовах	126
<i>Dashko K. I., Korol T. H.</i> Peculiarities of poetry translation from English (based on the poems by G. G. Byron).....	128

СЕКЦІЯ 8. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І УСТАНОВ 130

<i>Мартинченко Н. С., Гаркуша С. В.</i> Порядок руху документів в організації при ручній та автоматизованій обробці.....	130
<i>Овсіюк В. Є., Гаркуша С. В.</i> Інформаційно-правові аспекти удосконалення закупівель	133
<i>Столітній О. І., Гаркуша С. В.</i> Консалтинг в інформаційній діяльності.....	137
<i>Безрукова О. А., Онішко Т. В.</i> Інноваційні інформаційні технології музейної справи: світовий та вітчизняний досвід	138
<i>Тесля Т. С., Онішко Т. В.</i> Джерела науково-технічної інформації та їх роль у наукових дослідженнях	140
<i>Карпенко Ю. Ю., Пащенко Ю. В., Ольховський В. О.</i> Системи автоматизації ділових процесів на підприємстві та установі	142
<i>Куш А. В., Юдін О. М.</i> Впровадження інструментів електронного урядування на сайтах місцевого самоврядування	144
<i>Шацька О. В., Білоусько Т. М.</i> Інформаційно-технологічні рішення підтримки системи бізнес-комунікації	146
<i>Костиренко О. В., Білоусько Т. М.</i> Організація та специфіка діловодства у навчально-науковому інституті культури та мистецтв	148
<i>Тюкало М. С., Моисеева Т. М.</i> Использование облачных технологий для организации деятельности предприятия	149
<i>Томашевич Е. А., Ковальчук Е. В.</i> Эргономическое обеспечение рабочего места как основа благоприятных условий труда бухгалтера	151

СЕКЦІЯ 9. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 154

<i>Зіганишина Ю. Г., Артеменко І. А.</i> Особливості діяльності «Nestlé s.a.» на світовому ринку	154
--	-----

<i>Козенко М. В., Артеменко А. В.</i> Формування стратегії поведінки фірми на міжнародному ринку (на матеріалах компанії «Mondelez International, inc.»).....	156
<i>О. О. Худяк, Т. А. Дейнека.</i> Конкурентний стан світового ринку рослинної олії та основні тенденції його розвитку	158
<i>О. Проць, О. Є. Шайда.</i> «Інтернет-магазин як інноваційний метод ведення бізнесу»	162

СЕКЦІЯ 10. БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... 163

<i>Іванніков Д., Шимановська-Діанич Л. М.</i> Соціальна відповідальність компанії «Coca-Cola»	163
<i>Чжан Шитун, Власенко В. А.</i> Перспективные направления и сценарии развития китая в долгосрочной перспективе.....	165
<i>Сеїдов Р. М., Таталаєв В. О.</i> Автоматизація бізнес-процесів в управлінні підприємством за допомогою системи ELMA BPM	168
<i>Чжан Шитун, Бондарь-Подгурская О. В.,</i> Особенности корпоративного управления в Китае	170
<i>Давидян Д. О., Шевченко В. В., Сасіно В. О., Білінська О. П.</i> Вплив взаємовідносин в колективі на процес управління ним	172

СЕКЦІЯ 11. ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ175

<i>Зіганишина Ю. Г., Рудич Л. В.</i> Лідер: формула успіху	175
<i>Мусієнко Г. В., Рудич Л. В.</i> Особливості застосування стилів лідерства в управлінні	177
<i>Ткаченко Т. С., Рудич Л. В.</i> Ресурси стресостійкості лідера та методи подолання стресу.....	179
<i>Куцинський А. О., Бабенко О. М.</i> Становлення політичного лідерства	181
<i>Дика І. В., Нагребна Л. В., Шайда О. Є.</i> Лідерство в управлінні персоналом в умовах глобалізації.....	183

СЕКЦІЯ 12. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ СТОЛІТТІ..... 185

<i>Мусієнко Г. В., Тужилкіна О. В.</i> Мотивування персоналу на підприємстві і шляхи його удосконалення	185
---	-----

СЕКЦІЯ 13. СТАТИСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ..... 188

<i>Демидович О. А., Строчи́хін Ю. Ф.</i> Статистичний аналіз чинників, що обумовлюють динамічні зміни товарообороту.....	188
<i>Лягул М. В., Строчи́хін Ю. Ф.</i> Статистичний аналіз розвитку роздрібного товарообороту кіровоградської області	189

<i>Шандиба А. В., Вишневецька Л. І.</i> Статистичне дослідження діяльності туристичних операторів та туристичних агентів в Україні	191
--	-----

СЕКЦІЯ 14. ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ 193

<i>Царьова М. О., Вергал К. Ю.</i> Моделі ринкової економіки	193
<i>Терела Є. В., Вергал К. Ю.</i> Застосування апарату теорії ігор в економіці	194
<i>Бондаренко В. С., Карнаухова Г. В.</i> Перспективні мови програмування	195

СЕКЦІЯ 15. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА 198

<i>Безменов Е. Г., Чілікіна Т. В.</i> Створення тренажеру за темою «лінійні однорідні диференціальні рівняння із сталими коефіцієнтами» з дисципліни «математичний аналіз»	198
<i>Голубенко В. О., Олексійчук Ю. Ф.</i> Проектування бази даних та розробка веб-ресурсу наукових публікацій викладачів та студентів	199
<i>Кильник В. В., Ємець О. О.</i> Про тренажер з теми «сортування методом перемішування» дистанційного курсу «алгоритми та структури даних»	202
<i>Абрамов П. О., Трубчик А. С., Бондарева В. В.</i> Інфографика на сайтах	203

СЕКЦІЯ 16. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ 205

<i>Мизін Л. О., Карпенко Н. В.</i> Маркетинг супермаркету	205
<i>Шандиба А. Ю., Бондаренко В. М.</i> Можливості розвитку концепції маркетингу в туристичній діяльності	207
<i>Михайлик А. О., Бондаренко В. М.</i> Проблеми маркетингу інновацій та підходи до їх розв'язання	209
<i>Олексюк І. Г., Івасенко О. А.</i> Маркетингові комунікації як основа розвитку споживчої кооперації України	211

СЕКЦІЯ 17. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ 214

<i>Павелко А. В., Іржавська Л. В.</i> Якість обслуговування, як фактор підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств малого бізнесу	214
<i>Скубій О. С., Михайленко О. М.</i> Торгівля як сфера комерційної діяльності	216
<i>Михайлик А. О., Брацун А. О.</i> Розвиток роздрібної торгівлі на прикладі торговельної мережі «Брусничка»	218

СЕКЦІЯ 18. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА, ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА..... 220

<i>Бондаренко О., Омельченко Н. В.</i> Відповідність маркування панчішно-шкарпеткових виробів українських виробників чинним вимогам.....	220
<i>Переходченко І., Омельченко Н. В.</i> Сучасний стан ринку парфумерно-косметичних товарів в Україні.....	222
<i>Крупа С., Омельченко Н. В.</i> Енергетичні напої: небезпека чи користь.....	225
<i>Шеремет О. В., Омельченко Н. В.</i> Порівняльний аналіз споживних властивостей та показників якості дерев'яних і пластикових євровікон.....	227
<i>Шевченко Р. В., Калашник О. В.</i> Асортимент декоративно-тканих виробів.....	229
<i>Петрова К. Г., Калашник О. В.</i> Аналіз інформаційного забезпечення шампунів.....	231
<i>Пивовар О. Р., Юдічева О. П.</i> Вплив технології виробництва крабових паличок на їх якість.....	233
<i>Божко А. С., Юдічева О. П.</i> Порівняння хімічного складу кисломолочних продуктів змішаного бродіння.....	234
<i>Панченко Н. С., Юдічева О. П., Кузнецова Н. О.</i> Експертні дослідження якості винограду столового за органолептичними показниками.....	236
<i>Сальніков Р. В., Юдічева О. П.</i> Вивчення асортименту бельгійського пива в Україні.....	238
<i>Фелоненко В. В., Юдічева О. П.</i> Вивчення вмісту токсичних елементів як показника безпечності м'ясних консервів.....	239
<i>Кривобок В. С., Браїлко А. С.</i> Особливості класифікації та сучасного асортименту спінінгів.....	241
<i>Мельник М. С., Браїлко А. С.</i> Тенденції сучасного ринку вина в Україні.....	243
<i>Мотуз Є. С., Кириченко О. В.</i> Дослідження антимікробної активності гелів для інтимної гігієни.....	245
<i>Рогів В. І., Бодак М. П.</i> Актуальні проблеми надходження міцних алкогольних напоїв в Україну.....	247
<i>Жайманова Ї. Т., Абсеитов Е. Т.</i> Качество и безопасность продукции в Республике Казахстан в условиях таможенного союза.....	249
<i>Кулакевич М. Л., Сыцко В. Е.</i> Особенности формирования конкурентоспособного ассортимента чулочно-носочных изделий для реализации в Гомельском райпо как приграничном регионе.....	251

**СЕКЦІЯ 19. ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ТОВАРІВ
НАРОДНОГО СПОЖИВАННЯ..... 254**

<i>Байбуза Д. Р., Попельнух А. Ю., Дмитренко В. І.</i>	
Визначення якості йогуртів за фізико-хімічними показниками	254
<i>Бондарець Т. Г., Гнітій Н. В.</i> Визначення якості баликів фізико-хімічними методами вітчизняних товаровиробників	257
<i>Мазур І. В., Сирохман І. В.</i> Проблеми безпечності і якості кондитерських виробів	259
<i>Маласюк Н. В., Сирохман І. В.</i> Проблеми безпечності і якості олієжирових товарів	261
<i>Лебединець А. І., Сирохман І. В.</i> Проблеми безпечності і якості м'ясних продуктів.....	263
<i>Терещенко І. В., Ємченко І. В.</i> Критерії віднесення нехарчової продукції до безпечної та ступені ризику	265
<i>Жайманова Ї. Т., Байхожаєва Б. У.</i> Система быстрого обмена информацией об опасной продукции в республике Казахстан	267

**СЕКЦІЯ 20. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ
АСОРТИМЕНТУ, ЯКОСТІ ТА СПОЖИВНИХ
ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ 269**

<i>Кіблик Я. В., Семенов А. О.</i> Дослідження споживних властивостей та відповідності дитячих світильників вимогам безпеки	269
<i>Скубій О. С., Шурдук І. В.</i> Безпечність полімерного пакування	271
<i>Стрелкова Л. Г., Сыцко В. Е.</i> Инновационные направления в структуре реализации ассортимента трикотажного белья в региональной торговой сети	273
<i>Корнилова Ю. Н., Локтева К. И.</i> Совершенствование ассортимента хлопчатобумажных тканей и штучных изделий из них	276
<i>Клюкач Т. В., Целикова Л. В.</i> Покупательские предпочтения в структуре направлений совершенствования ассортимента смс	278
<i>Сушков И. С., Целикова Л. В.</i> Роль покупательских предпочтений при формировании ассортимента мебели.....	281
<i>Шимановская Т. А., Целикова Л. В.</i> Особенности в оценке качества отечественного товара	284
<i>Савченко А. В., Сыцко В. Е.</i> Изучение покупательских предпочтений на парфюмерные товары в районе деятельности гомельском райпо	288
<i>Стрелкова Л. Г., Сыцко В. Е.</i> Инновационные направления в структуре реализации ассортимента трикотажного белья в региональной торговой сети	291
<i>Михайлик А. О., Манжюра О. В.</i> Організація торговельних процесів на підприємствах споживчої кооперації України: асортиментна та цінова політика	294

СЕКЦІЯ 21. СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ, ЯКІСТЬ ТА ЕКСПЕРТИЗА ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ 296

<i>Павлова І. В., Горячова О. О.</i> Визначення біостійкості соків при зберіганні.....	296
<i>Панченко А. А., Кайнаш А. П.</i> Визначення якості кисломолочних напоїв для дітей за мікробіологічними показниками	298
<i>Скубій О. С., Пахомова І. В.</i> Дослідження асортименту і якості кефіру	300
<i>Вега Н. І., Донцова І. В.</i> Використання фруктоовочевої сировини у рецептурі морозива.....	303
<i>Слідзевська О. С., Лебединець В. Т.</i> Сучасні тенденції поліпшення споживних властивостей напівкопчених і копчених ковбас	305
<i>Ворожбит І. М., Лебединець В. Т.</i> Напрями поліпшення споживних властивостей макаронних виробів.....	307
<i>Самчук А. С., Гіряк Л. І.</i> Сучасні тенденції поліпшення споживної цінності мармеладно-пастильних виробів	308
<i>Асканов А. С.</i> Пути підвищення конкурентоспособности отрасли растениеводства Акмолинской области	310

СЕКЦІЯ 22. ЗАГАЛЬНОІНЖЕНЕРНІ ДИСЦИПЛІНИ 312

<i>Бондарєв К. В., Ольховська О. В.</i> Створення мультимедійного демонстраційного контенту для дистанційного курсу «комп'ютерна графіка й web-дизайн»	312
<i>Мурзак М. В., Страшко Д. Р., Мельник О. І.</i> Використання рослинної нетрадиційної сировини для ароматизації харчових продуктів	313
<i>Панченко А. А., Мельник О. І.</i> Збагачення висівкового хліба нетрадиційною рослинною сировиною	315

СЕКЦІЯ 23. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА 317

<i>Мацелюх Р. І., Мельник І. М.</i> Тенденції розвитку колективних засобів розміщення Львівщини	317
<i>Прокопенко Т. О., Мельник І. М.</i> Сучасний стан готельного господарства Закарпатської області.....	319
<i>Бараш Т. А., Бліщ Р. О.</i> Автоматизація управління діяльністю готелю.....	321
<i>Шумакова Н. Ю., Бліщ Р. О.</i> Заходи підвищення ефективності роботи ресторану	323

СЕКЦІЯ 24. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ 325

<i>Шалун К. М., Шуканов П. В.</i> Значення глобальної стратегії сталого розвитку для ринку туристичних послуг	325
---	-----

<i>Борисенко В. В., Карпенко Н. М.</i> Організація дитячої анімації: особливості та Інноваційні підходи	326
<i>Шандиба А. Ю., Тараненко О. О.</i> Перспективи розвитку міжнародного туризму на основі виставкової діяльності	328
<i>Галкіна О. О., Логвин М. М.</i> Сакральна Полтавщина у туристичних маршрутах.....	330
<i>Головка С. Ю, Інгор А. О.</i> Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні	332

СЕКЦІЯ 25. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА 334

<i>Кияненко О. Д., Бородай А. Б.</i> Підвищення біологічної цінності солодких желюваних страв	334
<i>Нужна І. Ю., Самброс Ю. В., Бородай А. Б., Маніна Л. І.</i> Дослідження показників якості та безпеки цукрового печива	336
<i>Попельнух А. Ю., Бородай А. Б.</i> Визначення показників якості та безпеки масла солодковершкового різних торговельних марок	338
<i>Олексюк І. Г., Мацук Ю. А.</i> Перспективи використання аглютинових видів борошна в технології кексів.....	340
<i>Хорунжа Т. О., Юшко М. І., Рамік О. С., Пасічний В. М.</i> Технологія сосисок пастеризованих з підвищеним вмістом гемового заліза.....	342
<i>Ковальчук А., Сотніков Д. С., Пасічний В. М.</i> Розширення асортименту напівфабрикатів в маринаді з м'яса птиці.....	343
<i>Піскун Д. Р., Костишин В. Д., Логвиненко Н. П., Пасічний В. М.</i> Ковбаси м'ясо-рибні тривалого зберігання	344

СЕКЦІЯ 26. НОВІТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ГАЛУЗЯХ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ, БЕЗПЕКИ ЖИТТЯ ТА ОХОРОНИ ПРАЦІ346

<i>Бичков О. Я., Бедошвілі А. А., Скрипник В. О., Фарісєєв А. Г.</i> Дослідження впливу імпульсного стиснення на процес двостороннього жарення м'яса.....	346
---	-----

СЕКЦІЯ 27. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ 348

<i>Дашко К. І., Петренко І. М.</i> Микола Лисенко (1842–1912) – композитор, піаніст, диригент, педагог	348
<i>Юрченко Р. Ю., Саранин В. В.</i> Володимир Боровиковський: життя і творчість художника	349

СЕКЦІЯ 28. ФІЛОСОФІЯ. ЛОГІКА. РЕЛІГІЄЗНАВСТВО351

<i>Кукоба Т. С., Мовчан М. М.</i> Проблема свідомості в філософії	351
<i>Старцева В. О., Мовчан М. М.</i> Екзистенційні мотиви у творчості М. В. Гоголя	352

<i>Усенко Д. В., Мовчан М. М.</i> Буддизм і сучасне мислення.....	354
<i>Дашко К. І., Мовчан М. М.</i> Особливості життя і філософського вчення піфагора	356

СЕКЦІЯ 29. ПЕДАГОГІКА, ПСИХОЛОГІЯ, ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА 358

<i>Стерлядєва Н. В., Стрельніков В. Ю.</i> Творчість як складова педагогічної майстерності вчителя	358
<i>Фомина К. А., Вишневецкая Л. В.</i> Немецкий научный потенциал	361
<i>Северин С. А., Вишневецкая Л. В.</i> Из истории белорусских изобретений.....	363
<i>Веренич Н. В., Дивакова А. Н., Вишневецкая Л. В.</i> Выдающиеся немецкие изобретатели и изобретения.....	365

СЕКЦІЯ 30. ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ 367

<i>Безмєнов Е. Г., Шурдук А. І.</i> Комп'ютерний тренажер з «теорії ймовірностей» для дистанційного курсу дисципліни «математика для економістів»	367
<i>Добринь Ю. М., Скрипник А. В., Вовк Л. І.</i> Фізика у виробництві плодово-ягідних соків	369

СЕКЦІЯ 31. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ 372

<i>К. М. Ковальчук, Н. М. Ахтирська.</i> Влияние нейрогимнастики на организм человека	372
<i>Букарова П. Ю., Ахтирська Н. М.</i> Конный спорт на олимпийской арене.....	374
<i>Коростик С. С., Сергейчик Н. А.</i> Формирование устойчивой мотивации к занятиям физической культурой у студентов	375

СЕКЦІЯ 32. ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У ГЛОБАЛЬНОМУ СВІТІ 379

<i>Мішок М. М., Трохимець О. І.</i> Особливості Міжнародної торгівлі України з країнами Європи	379
<i>Шерстобітова А. О., Трохимець О. І.</i> Аналіз розвитку міграційних процесів у світі	383

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

СУЧАСНІ СТУДЕНТИ ПУЕТ – МАЙБУТНІ STEM-WORKERS

Н. В. Довбня, К. К. Філічкіна, студентки 4-го курсу напряму підготовки «Міжнародна економіка»;

О. В. Шкурупій, д. е. н., професор – науковий керівник;

Н. Г. Базавлук, к. е. н., ст. викладач – науковий керівник,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасному суспільству притаманний стрімкий науковий і технологічний розвиток. У провідних країнах світу все більшого поширення набувають інформаційні, когнітивні, нано- та біотехнології, робототехніка. Тому виникає потреба у кваліфікованих фахівцях, які здатні мислити творчо, креативно та оригінально, мати власне бачення проблеми, бути здатними до вивчення й оцінки досвіду, мати творчий потенціал, уміти опрацьовувати наукову літературу, бути новаторами. Ефективним та дієвим інструментом підготовки таких фахівців є *STEM*-освіта (*Science, Technology, Engineering, Math*) – послідовність курсів або дисциплін, як перетин науки, технології, інженерії та математики, які забезпечують підготовку студентів до успішного працевлаштування.

Мета публікації – дослідити можливості та перспективи впровадження *STEM*-освіти в ПУЕТ та інших вищих навчальних закладах України.

У сучасному інформаційному суспільстві науково-технічний прогрес, інтелектуалізація та інноватизація економічної діяльності визначають рівень економічного розвитку країн та темпи зростання національних економік. В умовах посилення глобальної конкуренції виграють ті країни, які забезпечують сприятливі умови для розвитку освіти, науки, інновацій. Тому багато країн світу, серед яких Австралія, Китай, Великобританія, Ізраїль, Корея, Сінгапур, США проводять державні програми в галузі *STEM*-освіти.

Значних економічних успіхів досяг Сінгапур. Сінгапурська система освіти є незмінно перспективною. Прийняттям двомовності з англійською мовою (в доповнення до рідної мови), зосередженістю на науці, технології, інженерії та математиці – Сінгапур передбачив багато з ключових стратегій в сфері освіти, прийнятих сучасними політиками. Ще в 2002 р. була започаткована ініціатива «Перетворення Сінгапуру», націлена на перетворення цього міста-держави на світовий центр креативності, інновацій та дизайну. Уряд Сінгапуру реформує систему освіти так, щоб стимулювати креативні якості молоді. Один із шляхів цього – долучення молодих, по-новому мислячих талановитих людей до роботи в різних державних структурах, відповідальних за економічну політику [3].

Хоча в Україні *STEM*-освіта лише починає впроваджуватися, її поступово починають використовувати провідні вищі навчальні заклади України. Навчальні заклади, компанії, фахові асоціації, експертні організації об'єднались у Коаліцію *STEM*-освіти. Меморандум про створення Коаліції *STEM*-освіти у 2015 р. підписали представники компанії Київстар, Syngenta, United Minerals Group, Samsung, Ericsson, НАЕК «Енергоатом», Microsoft Україна, Креативна міжнародна дитяча школа, ТОВ «Пролего», Українське ядерне товариство, НУ «ХІП», КНУКІМ, Полтавський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти ім. М.В. Остроградського, ГО «Українська команда реформаторів», НМК з галузі знань «Інформатика та обчислювальна техніка» при МОН України [2]. Перед коаліцією стоїть 7 ключових завдань, довкола яких і будуть створюватися майбутні проекти:

1. Розробка рекомендацій для МОН України щодо викладання *STEM*-дисциплін.
2. Організація профорієнтаційних проектів для молоді.
3. Навчання вчителів та викладачів інноваційним підходам до викладання *STEM* дисциплін.
4. Створення можливостей для експериментальної та дослідницької роботи у навчальних закладах.
5. Проведення науково-технічних конкурсів, олімпіад, квестів, хакатонів тощо.
6. Створення інформаційних майданчиків (сайт, соціальні мережі) для популяризації *STEM*-освіти.
7. Налагодження міжнародної співпраці [1].

Незважаючи на те, що Полтавський університет економіки і торгівлі офіційно не входить у Коаліцію *STEM*-освіти, але процеси підготовки майбутніх *STEM-workers* відбуваються в навчальному закладі надзвичайно активно. Реалізація принципів *STEM*-освіти в ПУЕТ здійснюється через участь студентів у засіданнях наукових гуртків на базі університету, Всеукраїнських олімпіадах, конкурсах наукових робіт та конкурсах Start-Up проектів, стипендіальних програмах, міжнародних, всеукраїнських та університетських конференціях, форумах, семінарах різного рівня та інших наукових заходах. Студентська молодь ПУЕТ є активною, має власні оригінальні підходи до наукових досліджень і значні здобутки у цій сфері.

Метою впровадження *STEM*-освіти у вищих навчальних закладах є зміцнення економіки України, посилення її конкурентоспроможності та інноваційності. Експертні оцінки показують, що залучення лише 1% населення до *STEM*-професій здатне підвищити ВВП будь-якої країни до 50 млрд. дол. США. Потреби у *STEM*-фахівцях зростають у 2 рази швидше, ніж у працівниках з іншою системою освітньої підготовки, оскільки *STEM*-освіта розвиває навички наукової та аналітичної роботи, здібності до експериментування та критичного мислення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Меморандум про створення Коаліції *STEM*-освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2016/01/STEM_memorandum_FINAL_%D0%9011.pdf. – Назва з екрана.
2. Підписано меморандум про створення коаліції *STEM* освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/article>. – Назва з екрана.
3. *STEM*-освіта [Електронний ресурс] // Сайт Інституту модернізації і змісту освіти. – Режим доступу: <https://imzo.gov.ua/stem-osvita/>. – Назва з екрана.

ЧИННИКИ КУПІВЕЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ КОРИСТУВАЧІВ ПЕРСОНАЛЬНИХ КОМП'ЮТЕРІВ

3. П. Шпитка, студент 4 курсу факультету міжнародних економічних відносин напряму підготовки «Маркетинг»;

Н. Ф. Басій, науковий керівник, к. е. н, доцент, доцент кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету

На сьогоднішній день комп'ютери відіграють важливу роль у будь-якій сфері діяльності людини, чи навіть в буденному житті. Адже користувачі можуть купити комп'ютер у будь-якій комплектації, у багатьох мережах магазинів електроніки, чи навіть через Інтернет, для будь-якого призначення (офісний, для дому, для розваг). Так чи інакше комп'ютер використовують практично усюди, і без нього сьогодні «як без рук». Згідно з даними Державної служби статистики України за перше півріччя 2016 року українські покупці придбали у відповідних спеціалізованих магазинах комп'ютерів, периферійного устаткування та програмного забезпечення на суму 258,1 млн грн [1].

Користувачі ПК належать до різних категорій населення. Виробники та мережі супермаркетів електроніки зацікавлені в отриманні інформації про такі аспекти купівельної поведінки покупців комп'ютерів, як сфера застосування ПК, комплектація, марка, параметри вибору тощо.

Загалом дослідження купівельної поведінки споживачів – це вид діяльності фірм (виробничих, торговельних, консалтингових), що полягає у цілеспрямованому спостереженні, вивченні дій індивіда на споживчому ринку або їх відсутності, пов'язаних із придбанням, споживанням і подальшим розпорядженням товаром включно з процесами прийняття рішень, які передують цим діям і відбуваються після них [2, с. 18–19].

З метою виявлення основних параметрів купівельної поведінки покупців персональних комп'ютерів нами було здійснене анкетне опитування користувачів ПК. Результати аналізу анкет засвідчили наступне.

Всі 100 % опитаних користуються комп'ютером, хоча 13 % не вважають його важливим та можуть обійтись без цього приладу. Лише 30 % респондентів вважають, що без комп'ютера зараз неможливо прожити. Такий розподіл відповідей пояснюється тим, що більшість опитаних (69,9 %) складають особи віком до 25 років. Це саме та категорія людей, яких образно називають покоління «Z» – люди, які більшість свого вільного, а іноді і «невільного» часу проводять у мережі Інтернет. Відповідно без комп'ютера їхнє життя практично неможливе.

Є достатньо значна частка респондентів – 33 %, які вважають комп'ютер важливим для бізнесу та освіти, проте у інших сферах без нього можуть цілком обійтись. Ще для 23 % опитаних комп'ютер – це засіб розваг. Очевидно, що ці категорії користувачів становлять особи, які висуватимуть до ПК більш специфічні вимоги.

Як зазначалось вище, ринок пропонує різні види ПК – стаціонарні, планшенті, переносні тощо. Майже половина опитаних (45,6 %) здебільшого користуються стаціонарним комп'ютером, трохи менше третини – 32,6 % – ноутбуком, ще 21,7 % – планшетом. Причому хоча б один раз користувались стаціонарним комп'ютером 70 % респондентів, ноутбуком – 50 %, а планшетом – 33,3 %. Ця інформація може бути корисною при плануванні асортименту ПК, що пропонуватиметься потенційним покупцям.

Переважає більшість опитаних – 73 % – задоволені комп'ютером, яким користуються. Ця інформація підтверджується відповідями респондентів на запитання про задоволеність окремими параметрами ПК. Зокрема такими, як потужність процесора, якість відображення монітора, швидкодія, наявність пам'яті на жорсткому диску, програмне забезпечення. Рівень задоволеності даними параметрами з знаходиться в діапазоні 56,7 %–73,3 % опитаних, що є достатньо високим показником.

Проте важливість цих показників для опитаних є однаковою. Найважливішими параметрами ПК респонденти вважають потужність процесора, швидкодію та якість відображення монітора. Ці параметри отримали відповідно від 53,2 %, 50,0 %, 43,3 % опитаних статус найважливіших (1 і 2 місце). Натомість такий показник, як наявність пам'яті на жорсткому диску – найменш важливий. Його поставили на 4 і 5 місце за важливістю 69,9 % респондентів.

Такий параметр, як програмне забезпечення ПК отримав суперечливі оцінки: з одного боку 23,3 % респондентів вважають його найважливішим, але 26,6 % – найменш важливим (5 ранг важливості). Це можна пояснити тим, що певна частка опитаних застосовують ПК у професійній сфері (22,4 %), де програмне забезпечення має більше значення. А якась частка (29,3 %) – для звичайного спілкування, де наявність специфічного програмного забезпечення не важлива і достатньо стандартних пакетів.

Ці міркування значною мірою підтверджуються аналізом запитань про важливість певних характеристик ПК для конкретних цілей.

Зокрема, респонденти, які використовують ПК здебільшого для роботи чи бізнесу вважають найважливішими параметрами наявність потрібного програмного забезпечення та можливість виходу в Інтернет (відповідно 38,9 % та 35,6 %), найменш важливим – швидкодію (3,4 %).

Опитані, які застосовують ПК для навчання, найважливішим параметром вважають можливість виходу в Інтернет (45,4 %), найменш важливим – швидкодію (7,3 %). Якщо ж ПК застосовують для розваг та спілкування, то найважливішими є наявність потрібних програм (60,5 %) та швидкодію (18,6 %), найменш важливим – об'єм пам'яті на жорсткому диску (2,3 %).

Що стосується марок, які відомі користувачам, то серед них найпопулярнішими є Apple, Acer, Asus (відповідно 28,8 %, 27,3 % та 24,2 % опитаних знають ці бренди). Але найбільш поширеними у користуванні є Apple (43,7 %) та Hewlett-Packard (21,9 %).

Результати здійсненого анкетного опитування носять пілотний характер та, звичайно, потребують уточнення та доповнення більш ґрунтовним дослідженням, проте можуть мати практичне значення для підприємств даної сфери в якості маркерів поведінки споживачів та покупців ПК.

Список використаних інформаційних джерел

1. Продаж і запаси товарів у торговій мережі підприємств у I півріччі 2016 року. Том 1. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрана.
2. Скибінський С. В. Поведінка споживачів у маркетингу : навч. посіб. / С. В. Скибінський. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. – 260 с.

РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Наумаи Фаррухї, студентка 2-го курса по специальности финансы и кредит Таджикского государственного университета коммерции;

А. Р. Курбонов, научный руководитель, к. э. н., доцент, доцент кафедры банковского дела Таджикского государственного университета коммерции

Одним из важнейших критериев, влияющих на активизацию инвестиционных процессов, и способствующих обеспечению экономического роста является использование иностранных инвестиции для инновационного развития.

В данной работе будет сделана попытка обобщения основных подходов с целью синтеза единого подхода и дальнейшего его применения

в оценке и разработке мер повышения инвестиционной привлекательности экономики Республики Таджикистан.

Само понятие «инвестиции» (от лат. *investio* – одеваю) означает осуществления капитала в экономике¹.

В Республике Таджикистан крупномасштабном иностранном инвестировании крайне нуждаются энергетическая отрасль, несущие многие годы огромную нагрузку не только по энергоснабжению производства и социальной сферы, но и по обеспечению экспорта.

Расширению инвестиционных возможностей Республики Таджикистан способствуют так присоединению страны к Всемирной торговой организации, улучшение отношений с международными финансовыми организациями (Международным валютным фондом, Международной финансовой корпорацией и Международным банком реконструкции и развития в рамках Всемирного банка, Европейским банком реконструкции и развития и Азиатским банком реконструкции и развития).

По данным Комитета по статистике РТ населения Республики Таджикистан составляет 8,34 миллионов жителей к 1 января 2016 года. Исходя из возрастной группы % – соотношение от общего числа населения составляет: до 14 лет 33,7 %, от 15 до 60 около 63 % и от 60 до 65 лет составляет 3,3 %.

Современная инфраструктура будет одним из ключевых элементов в повышении уровня экономического процветания Республики Таджикистан, а проекты, финансирующие сферу услуг, при соответствующей разработке, могут сыграть значительную роль в достижении этой цели.

По данным правительства, уровень безработицы в Республике Таджикистан составляет 2,3 % (2016). В рамках международных стандартов – это довольно хороший показатель (16-е место в мире). Однако, реальный уровень безработицы значительно выше. В связи с отсутствием пособия по безработице, нет причин для идентификации себя в ранг безработного, также в стране распространена неполная – частичная занятость. Многие граждане Республики Таджикистан ищут работу за границей, в частности в Российской Федерации, а переводы трудовых мигрантов являются важным источником капитала для страны. Из всего местного занятого населения, 49,8 % работают в сфере сельского хозяйства, 37,4 % в сфере услуг и 12,8 % в промышленности. В таблице 1 указаны темпы роста ВВП Республики Таджикистан за период с 2008 по 2015 гг., который увеличился в 2,7 раза.

¹ Киреев А. Международная экономика: в 2 ч. Ч. 1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства : учебное пособие для вузов / А. Киреев. – Москва, 2004. – 156 с.

**Таблица 1 – Основные экономические показатели
на период 2008–2015 гг.**

Показатели	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ВВП	17 706,9	20 628,5	24 707,1	30 071,1	36 163,1	40 525,5	45 605,2	48 401,6
Число малых предприятий	2 291	2 658	2 865	3 367	3 890	4 810	5 394	5 176
Инвестиции, тыс. дол. США	989 250,1	383 136,0	459 173,6	325 518,5	746 411,3	1 011 862,8	909 254,4	977 815,7
Гос. поддержка в сфере пред-ва, млн сомони	–	–	–	–	–	33,0	30,0	130,0

Источник: Статистический сборник: Таджикистан: 25 лет государственной независимости: офиц. документ. – Душанбе : АПСРТ, 2016. – 522 с.

Ведущие отрасли промышленности Республики Таджикистан – алюминий, цемент, растительное масло и основные виды сельскохозяйственной продукции: хлопок, зерно, фрукты, виноград, овощи, мелкий и крупный рогатый скот. Ниже приведен список основных видов экспортной и импортной продукции. Республика Турция является основным импортером таджикских товаров. Ключевые направления таджикского экспорта: Турция – 30,2 %, Российская Федерация – 8,3 %, Иран – 7,0 %, КНР – 6,7 %, Южная Корея – 6,7 %, Афганистан – 6,0 % и Италия – 5,1 %. В основном, Республика Таджикистан импортирует продукцию из КНР. Ключевые направления таджикского импорта: КНР – 45,9 %, Российская Федерация – 16,4 %, Казахстан – 6,8 %, и США – 4,1 %.

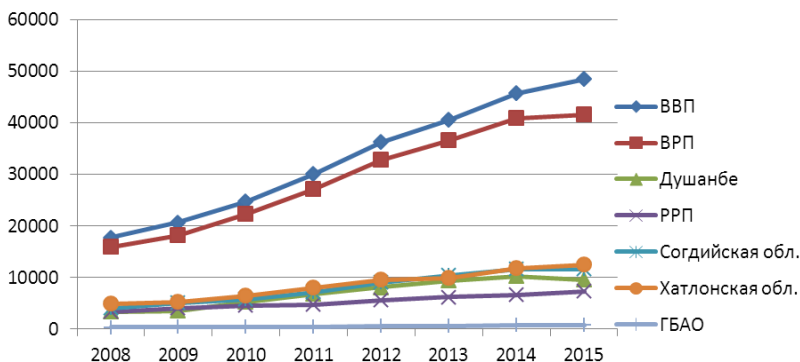


Диаграмма 1. Структура ВВП по регионам на период
за 2008–2015 гг

Динамика ВВП Республики Таджикистан показывает планомерный рост экономики и улучшения социального благосостояния населения за последние годы. Эти изменения окажут содействие в модернизации и трансформации экономики Республики Таджикистана, и поддержат дальнейший рост и развитие экономики.

Республика Таджикистан имеет положительный опыт деятельности иностранных компаний в реализации крупных и средних инвестиционных проектов. Республика Таджикистан успешно сотрудничает с известнейшими мировыми производителями – транснациональными корпорациями.

Все это делает нашу страну привлекательным и, что самое главное, безопасным и выгодным местом для зарубежных капиталовложений.

Список используемых информационных источников

1. Внешнеэкономическая деятельность РТ. Статистический сборник. – Душанбе, 2015.
2. Киреев А. Международная экономика: в 2 ч. Ч. 1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства : учебное пособие для вузов / А. Киреев. – Москва, 2004. – 156 с.
3. Государственная программа инвестиций, грантов и капитального строительства на 2014–2015 гг. – Душанбе, 2013.
4. Статистический Ежегодник Республики Таджикистан. – Душанбе, 2015.
5. Организация и финансирование инвестиций : учеб. пособие / Т. К. Савчук, В. И. Шевчук, А. А. Бевзелюк и др. ; под ред. Т. К. Савчук. – Минск : БГЭУ, 2002. – 196 с.
6. Веремейко Ю. Иностранные инвесторы лишились большинства льгот / Юрий Веремейко // БНПИ. Юридический мир. – 2006. – № 9. – С. 19–25.
7. Гусаков Б. Инвестиции потекут, если открыть шлюзы / Б. Гусаков // Финансы, учет, аудит. – 2003. – № 7. – С. 27–30.

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Саидо Рахматуллоев, студент 2-го курса по специальности финансы и кредит Таджикского государственного университета коммерции;

З. С. Султонов, научный руководитель, ст. преподаватель кафедры банковское дело Таджикского государственного университета коммерции

Анализ процесса реформирования налоговой системы в Республике Таджикистан однозначно показывает, что происходящие в нём изменения напрямую зависят от процессов развития всей экономики страны в целом. В связи с этим в данном контексте необходимо обратить внимание на состояние экономики Таджикистана, которая

пока ещё находится на переходном этапе своего развития и движется в направлении рыночных отношений.

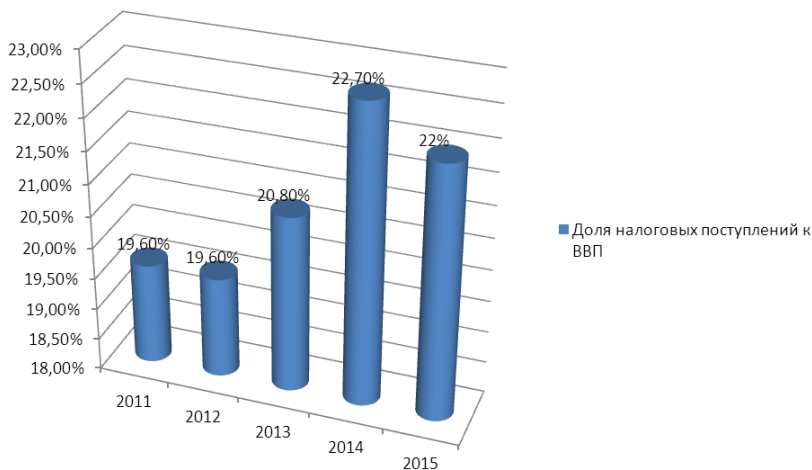
Одним из направлений реформирования налоговой системы является совершенствование законодательной базы страны в сфере налогообложения.

Основным нормативным правовым документом в данной области в Республике Таджикистан на сегодняшний день является Налоговый кодекс. Действующая его версия была принята в 2012 году.

На сегодняшний день по величине налоговых ставок (кроме подоходного налога) Таджикистан оказался на первом месте среди таких стран СНГ, как Россия, Казахстан и Кыргызстан. Так, в соответствии с проведённым исследованием Всемирного банка в списке из 178 стран мира, Таджикистан на сегодняшний день занимает 155 позицию по совершенству налоговой системы для ведения бизнеса.

Следует отметить, что Налоговый кодекс является отражением сложившейся в Таджикистане налоговой системы. Жесткость налоговой системы Таджикистана была определена, прежде всего, ликвидацией дефицитности бюджета. Это определялось не только преобладанием монетаристского подхода к ее построению в его одностороннем понимании без учета конкретных условий Таджикистана, но и требованиями международных финансово-кредитных организаций, которые для предоставления кредитов поставили условия – стабилизация национальной валюты и сокращение бюджетного дефицита.

Доля налоговых поступлений к ВВП



Кроме того, постоянно идёт процесс регулирования налогового администрирования (только за период 2005–2010 гг. в НК были внесены ряд существенных изменений). Часто вносимые поправки не позволяют предпринимателю уследить за новыми правилами ведения бизнеса, что зачастую приводит к объективным нарушениям в уплате налогов.

Последние изменения к Налоговому кодексу Республики Таджикистан привели к увеличению налогового бремени для представителей малого и среднего бизнеса. Согласно, новым правилам налогообложения, размер средней номинальной зарплаты в учреждениях и организациях города Душанбе должен составлять 562 сомони, а, к примеру, в Нуреке она достигает – 792 сомони, в Рогуне – 727. Предприятиям придётся дополнительно платить налоги из своей прибыли.

Снижение объема оборота с 800 до 200 тысяч сомони для обложения НДС, тоже может быть причиной массового ухода бизнеса в тень.

Нам представляется, что, прежде всего, следует выявить влияние налоговой ставки на деловую активность. В настоящее время в механизме налогового регулирования используются твердые ставки, выраженные абсолютной суммой на единицу обложения независимо от размеров доходов при обложении земли, домов: пропорциональные ставки – одинаковый процент налога без учета величины объекта; прогрессивные ставки – возрастает процент налога по мере роста облагаемого дохода; регрессивные ставки – уменьшается процент налога с увеличением дохода. Датский экономист А. Дж. Коэн Стюарт создал шкалу налогообложения, определил тип прогрессии и предложил следующую формулу для калькуляции прогрессивной шкалы. По этой формуле высчитывается прогрессивная прогрессия, разница между процентами изыятия растет по мере роста доходов.²

В целях совершенствования законодательной базы в сфере налогообложения, и в первую очередь Налоговый кодекс Республики Таджикистан, как важнейшего экономического регулятора всех социально-экономических процессов в обществе, нами предлагается проведение следующих мероприятий:

1. Провести необходимые научно-экономические и социальные исследования налогового бремени, на основе которых можно было бы развивать фискальную политику государства в сторону упрощения, предоставления большей свободы бизнесу.

2. Установить партнерские отношения между предпринимателем и государством.

² Microeconomics – Robert S. Pindyck. – New Jersey, 2001.

3. Широко применять и использовать полученные результаты в министерствах и ведомствах, разрабатывающих и регулирующих вопросы налогово-бюджетной политики.

4. Проанализировать применение отдельных методов исследования и моделей налогообложения, связанных с вычислениями стимулирующего (или наоборот дестимулирующего) эффекта налогообложения применительно к налоговой системе Таджикистана и оценить полученные результаты.

5. Обосновать, на макро и микроэкономическом уровне, с детализацией расчетов и описанием основных механизмов работы предлагаемой регрессионной шкалы по социальному налогу. По результатам исследования необходимо предложить рекомендации по совершенствованию существующей налоговой системы Таджикистана.

В целом они будут направлены одновременно и на кардинальное увеличение налоговых поступлений в государственный бюджет страны, и на создание благоприятных условий для развития предприятий и всей экономики.

Список используемых информационных источников

1. Налоговый Кодекс Республики Таджикистан. – Душанбе, 2016 (С учетом изменений и дополнений).
2. Абдусаматов Г. С., Развитие предпринимательства за рубежом / Г. С. Абдусаматов, А. К. Юсупов. – Худжанд, 1999.
3. Абчук В. А. Курс предпринимательства : уч. пособие / В. А. Абчук. – Санкт-Петербург, 2001. – 543 с.
4. Статистический ежегодник Республики Таджикистан – Душанбе, 2016.
5. Microeconomics – Robert S. Pindyck. – New Jersey, 2001.
Электронный ресурс
<http://www.stat.tj/ru>
<http://www.news.tj>

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ПІДТРИМКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Д. Полтавець, А. Пугач, ФК_м-51;

**В. В. Карцева, науковий керівник, д. е. н., доцент,
завідувач кафедри фінансів та банківської справи,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

На сьогоднішньому етапі розвитку діяльність сільськогосподарських підприємств України пов'язана з посиленням конкуренції, впливом інфляції та економічною нестабільністю. Діяльність підприємства відбувається за умов постійно змінюваної загальноекономічної та соціально-політичної ситуацій, які різною мірою впливають на фінансову стійкість підприємств та ефективність виконання ними своїх функцій.

О. В. Браткова та В. Ф. Гапоненко відмічають, що «стійкість підприємства останнім часом розглядалась, як правило, з точки зору його фінансового забезпечення. Фінансова стійкість є відображенням стабільного перевищення доходів над витратами, забезпечує вільне маневрування грошовими коштами підприємства шляхом ефективного їх використання, сприяє безперебійному процесу виробництва і реалізації продукції» [1, с. 8].

Поява такого терміну, як «економічна та фінансова стійкість» свідчить про те, що в сучасних умовах господарювання звертається увага не тільки на кількісні, а більше на якісні характеристики діяльності.

В нашому дослідженні ми більшу увагу приділяємо саме фінансовій стійкості – «фінансова стійкість є складовою економічної стійкості, але економічна стійкість являється комплексним показником і різнобічним економічним терміном, який включає в себе усі види стійкості» [1, с. 9].

Головною метою фінансової стійкості є забезпечення безперервного процесу діяльності підприємства з відповідною оптимізацією джерел фінансування. Для вітчизняних сільськогосподарських підприємств забезпечення фінансової стійкості є найважливішим завданням не тільки в коротко-, але й в довгостроковій перспективі.

На рівень фінансової стійкості впливають різного роду фактори, які і визначають напрями коригування стратегії щодо підтримки фінансової стійкості підприємства.

Класично фактори поділяються на внутрішні (на які може впливати підприємство) і зовнішні (на які підприємство не впливає). На діяль-

ність підприємств сільського господарства найбільш впливовими серед зовнішніх факторів є: темпи інфляції, рівень державного регулювання, податкова політика, стан ринку. Внутрішніми факторами, що здійснюють вплив на фінансову стійкість підприємств сільського господарства є: обсяг реалізованої продукції, забезпеченість діяльності власним оборотним капіталом цінова та облікова політика, багатогалузевий характер діяльності.

На нашу думку врахування галузевих особливостей діяльності підприємства або системи є досить важливим для підтримки його фінансової стійкості на відповідному рівні. Так підприємства сільського господарства з точки зору напрямів діяльності є досить різнобічними, тому для формування концепції підтримки фінансової стійкості необхідно враховувати особливості як окремого напрямку діяльності, так і підприємства в цілому.

В умовах ринку важливим аспектом є забезпечення фінансової рівноваги і, на цій основі, збереження фінансової стійкості в часовому періоді. Шульгіна Л. В. виокремлює ретроспективну, поточну, прогнозну та стратегічну економічну стійкість [2, с. 12].

Ми вважаємо, що такий часовий поділ можна використати і для фінансової стійкості, але більш чітко визначати термін між стратегічною і поточною стійкістю, ґрунтуючись на перспективах розвитку підприємства або системи. Для підприємств сільського господарства формування фінансової стійкості можна здійснювати в наступних аспектах:

- ретроспективна фінансова стійкість базується на попередніх досягненнях і є основою поточного та стратегічного фінансового планування;
- прогнозна – формується на етапі здійснення планування і прогнозування;
- оперативна – має забезпечити виконання затверджених фінансових планів з можливістю коригування;
- стратегічна – формується у загальному вигляді на довгострокову перспективу та конкретизує фінансові показники на короткострокову перспективу.

На практиці не виокремлюються вище наведені види фінансової стійкості, але в процесі аналізу, планування і прогнозування можна забезпечувати відповідний вид фінансової стійкості. Крім того, поділ процесу формування планів та визначення стратегічних напрямків з урахуванням часових етапів дає можливість більш чітко визначитись зі строками їхнього фактичного виконання.

На нашу думку, підтримка фінансової стійкості конкретного підприємства залежить від того, наскільки стабільними та зростаючими є темпи росту основних показників його діяльності. Для підприємств сільського господарства такими показниками можуть бути: обсяги діяльності (в залежності від сфери та галузі), обсяг та структура вит-

рат, фондівдача, фондоозброєність, рентабельність. Причому важливим є факт відсутності різких коливань темпів зростання показників, оскільки зворотне свідчить про ознаки нестійкого фінансового стану.

Проведений аналіз свідчить про те, що підприємство для підтримки відповідного рівня фінансової та економічної стійкості має сформувати відповідну модель, яка б надала можливість якісно управляти процесами, пов'язаними зі стійким розвитком. Для вітчизняних сільськогосподарських підприємств у загальному вигляді модель підтримки фінансової стійкості може бути наступною (рис. 1).



Рисунок 1 – Принципова модель підтримки фінансової стійкості сільськогосподарського підприємства [авторська розробка]

Ми акцентуємо увагу на ресурсному забезпеченні фінансової стійкості підприємства. На нашу думку особливу увагу необхідно приділяти ефективному використанню наявного ресурсного потенціалу, оскільки це сприятиме підвищенню можливостей підприємства без збільшення обсягів ресурсів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Браткова О. В. Управление устойчивым развитием промышленных предприятий / О. В. Браткова, В. Ф. Гапоненко. – Москва : Компания «Спутник +», 2006. – 177 с.
2. Шульгина Л. В. Устойчивое развитие и экономическая безопасность предприятия [Текст] : монография / Л. В. Шульгина, В. В. Гасилов, А. В. Воротынцева. – Воронеж : ВГА, 2009. – 160 с.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ФІНАНСОВОЮ СТРАТЕГІЄЮ

А. А. Троценко, ФК_м-61;

**В. В. Карцева, науковий керівник, д. е. н., доцент,
завідувач кафедри фінансів та банківської справи,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

В сучасних умовах економічного розвитку система управління підприємствами зазнає глибоких змін. У результаті виникає необхідність застосування нових підходів і методів щодо підвищення ефективності фінансового управління підприємствами. Динамічність середовища функціонування підприємств впливає на умови, що забезпечують фінансово-економічну стійкість та темпи економічного зростання. За таких обставин, вирішення питань забезпечення стійкого розвитку підприємств потребує періодичного корегування методів управління на основі розробки та реалізації фінансової стратегії для регулювання відтворювальних процесів і зростання вартості підприємств.

Проблемами стійкого розвитку підприємств займалися такі вчені, як К. Азар, К. Гамільтон, Х. Дейлі, У. Оутс, В. А. Добриніна, В. П. Спасов, Л. І. Абалкін, Н. В. Родіонова, Ю. Ю. Соловйов, О. О. Удалих та інші.

У менеджменті отримало поширення поняття «стійкий розвиток підприємства». В науковій літературі існують різноманітні підходи до визначення поняття «стійкий розвиток підприємства», тому основні з них наведемо у таблиці 1.

Проаналізувавши вищезгадані дефініції вважаємо за доцільне запропонувати власне уточнене трактування сутності даного поняття, а саме: «стійкий розвиток підприємства» – це розвиток, при якому зміни в економічній, екологічній, соціальній та інших підсистемах підприємства, обумовлені впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Збереження стійкості розвитку підприємства – необхідна умова його ефективного функціонування за сучасних умов господарювання.

У процесі розвитку ринкової економіки в Україні перед вітчизняними підприємствами постає проблема вибору пріоритетних напрямків діяльності. Підприємства, які змогли вирішити завдання виживання у

конкурентному середовищі, одержали можливість та одночасно поставили перед потребою формування стратегії подальшого розвитку.

Таблиця 1 – Визначення поняття «стійкий розвиток підприємства» в літературних джерелах

Визначення	Автор, джерело
Розвиток, що обумовлений впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища та такий, що характеризується збільшенням його потенціалу, попиту на продукцію, масштабом діяльності, можливістю забезпечити безперервний процес виробництва та зберегти платоспроможність протягом тривалого часу.	С. П. Міщенко [3]
Розвиток, при якому задовольняються потреби теперішнього часу, але не ставиться під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.	В. М. Родионова [4]
Сукупність змін в економічній, екологічній, соціальній та інших підсистемах підприємства, обумовлених впливом різних факторів, що приводять до переходу підприємства від одного відносно стійкого стану до іншого.	Т. В. Сухорукова [7]
Інтегрована система господарювання, що має специфічний для конкретної місцевості характер, метою якої є забезпечення на довготривалій строк потреби суспільства, підтримання економічної ефективності виробництва, підвищення якості життя населення, забезпечення збереження навколишнього середовища і бази ресурсів.	Л. С. Макуха [2]
Такий спосіб його функціонування, який орієнтований на досягнення взаємодії підприємства з економічним, соціальним і екологічним середовищами.	В. П. Стасюк [6]

Розвиток організації є незворотнім процесом, і необхідність змін рано чи пізно виникає незалежно від того, якої ідеології розвитку дотримується організація, яка парадигма управління визначає пріоритетні напрями її функціонування. Однак, від того, як будуть здійснюватися зміни, залежить ефективність функціонування організації та її існування в цілому [1, с. 226].

На сучасному етапі все більша кількість підприємств розуміють необхідність свідомого перспективного управління фінансовою діяльністю на основі наукової методології передбачення її напрямів та форм, адаптації до загальних цілей розвитку підприємства та мінливих умов зовнішнього фінансового середовища.

Ефективним інструментом перспективного управління фінансовою діяльністю підприємства, підпорядкованого реалізації цілей загального його розвитку в умовах суттєвих змін макроекономічних показників,

системи державного регулювання ринкових процесів, кон'юнктури фінансового ринку і пов'язаною із цим невизначеністю, є фінансова стратегія [9, с. 9].

Найбільш поширеним є визначення фінансової стратегії як плану, або орієнтиру чи напрямку розвитку, додержання якого забезпечить певних, переважно довгострокових цілей. У такому контексті стратегія пов'язується з реальною поведінкою суб'єкта ринку у конкурентному середовищі. При розробці фінансової стратегії параметри стратегічного розвитку мають бути чітко визначеними.

Фінансова стратегія розглядається і як сукупність певних принципів, правил, послідовність поведінки з урахуванням досвіду діяльності суб'єкта ринку у минулому. При цьому вважається, що майбутнє може бути передбачуваним на основі отриманих знань про минуле [5, с. 52].

Також фінансова стратегія може розглядатися як динамічний процес, що орієнтує діяльність підприємства на досягнення головної цілі та реалізацію його місії через ефективне поєднання ресурсів підприємства та вимог і можливостей конкурентного середовища [8].

Враховуючи вищесказане, на нашу думку, фінансова стратегія стійкого розвитку вітчизняних підприємств має будуватися на таких концептуальних положеннях:

- по-перше, вона має забезпечити збалансовану взаємодію трьох таких блоків як: стратегічного позиціонування; визначення пріоритетних напрямів розвитку; контролінгового механізму її реалізації. Кожна із зазначених складових інтегрує низку власних методів і фінансових показників;

- по-друге, фінансова стратегія повинна мати управлінську орієнтацію, тобто бути націленою на досягнення загальних цілей підприємства;

- по-третє, вона має бути адаптивною до динамічних змін оточуючого середовища.

В якості генеральної мети фінансової стратегії стійкого розвитку підприємства має бути збереження та оновлення його вартості. Оскільки саме вартість є найкращим критерієм комплексної фінансової оцінки, адекватно відображає його фінансовий добробут та перспективи економічного розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кукушкін О. М. Сутність поняття «Стратегія розвитку підприємства» / О. М. Кукушкін // Науковий вісник Українського державного лісотехнічного університету. – 2005. – С. 220–227.
2. Макуха Л. С. Стійкий розвиток підприємств: сучасний стан проблеми [Електронний ресурс] / Л. С. Макуха. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Upsal/2008_5/08mlscsp.pdf. – Назва з екрана.

3. Міщенко С. П. Теоретичні засади стійкого розвитку підприємства / С. П. Міщенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 168–171.
4. Родионова В. М. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции / В. М. Родионова, М. А. Федотова. – Москва : Перспектива, 1995. – 169 с.
5. Смолін І. В. Моделі стратегічного управління та умови їх застосування / І. В. Смолін // Статистика України. – 2003. – № 4. – С. 52–55.
6. Стасюк В. П. Модели адаптивного управления предприятием : монографія / В. П. Стасюк. – Донецк : Юго-Восток, 2003. – 224 с.
7. Сухорукова Т. В. Экономическая устойчивость предприятия / Т. В. Сухорукова // Экономика Украины. – 2001. – № 5. – С. 48–52.
8. Теслюк Н. П. Методичні основи розробки фінансової стратегії підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.06.01 [Електронний ресурс] / Н. П. Теслюк ; Нац. трансп. ун-т. – Київ, 2006. – 20 с. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/ard/2006/06tnpfsp.zip>. – Назва з екрана.
9. Фінансова стратегія підприємства : монографія / І. О. Бланк, І. Г. Ганечко, О. В. Корольова-Казанська, Г. В. Ситник ; за заг. наук. ред. І. О. Бланка. – Київ, 2009. – 147 с.

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ В УКРАЇНІ

В. А. Кривчун, Ф-61м;

О. В. Яріш, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри фінансів і банківської справи,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»

Метою дослідження є виявлення тенденцій зміни основних показників стану ринку фінансових посередників в Україні за допомогою економіко-математичних моделей та обчислення прогнозних значень обсягів їх активів, що дозволить визначити шляхи підвищення інвестиційної активності таких установ. Виявлення тенденції розвитку проводилось за рівняннями тренду лінійного типу).

За графіком емпіричної і теоретичної ліній тренду активів фінансових посередників загалом (табл. 1.1) можна стверджувати, що за 2006–2016 рр. цей показник мав чітко виражену тенденцію до зростання.

Значення коефіцієнта детермінації $R^2 = 0,8916$ є дуже близьким до 1, що дає підстави стверджувати про високу статистичну вірогідність побудованої лінійної моделі тренду, згідно з якою активи фінансових посередників щорічно зростали за досліджуваній період у середньому на 109 771 млн грн.

Таблиця 1.1 – Лінійні моделі тренду активів фінансових посередників в Україні за даними 2006–2016 рр. та оцінка моделей на статистичну вірогідність та прогноз на 2017–2018 рр. (побудовано автором)

Фінансовий посередник	Рівняння тренду	R^2	Фактичне значення критерію Фішера	Прогноз на рік	
				2017	2018
Банки	$y = 85\,031x + 487\,577$	0,8406	115,73	1 341 331	1 426 362
Страхові компанії	$y = 3\,811,7x + 26\,507$	0,7935	133,12	5 987,3	63 699
НПФ	$y = 230,48x - 41,317$	0,9191	30,88	2 369,18	2 599,66
Кредитні спілки	$y = -309,28x + 5\,155,2$	0,5797	65,74	1 723,22	1 413,94
ІСІ	$y = 20\,759x - 1\,511,8$	0,9946	34,94	256 934,1	277 693,1
Ломбарди	$y = 247,97x - 186,94$	0,8808	24,02	3 482,57	3 730,54
Усього	$y = 109\,771x + 517\,499$	0,8916	102,35	1 665 728	1 775 499

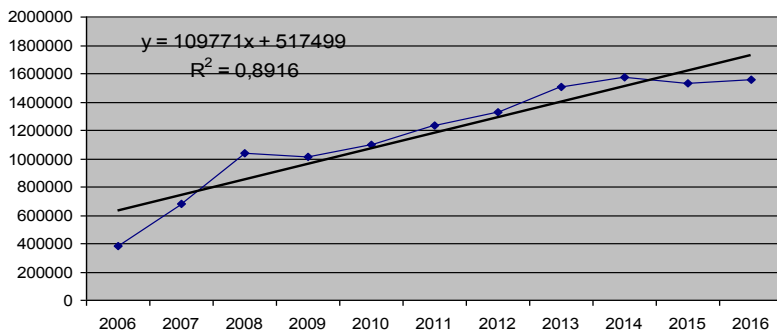


Рисунок 1.1 – Емпірична і теоретична лінії тренду активів фінансових посередників, за даними 2006–2016 рр. [1]

Тенденція до зростання була характерною також для переважної кількості окремих фінансових посередників. Тільки активи кредитних спілок не мали чіткої основної тенденції розвитку, що підтверджують результати оцінювання моделей за статистичними критеріями

Коефіцієнти лінійних рівнянь вказують на щорічне збільшення активів за 2006–2016 рр. у середньому: банків – на 85 031 млн грн, страхових компаній – на 3 811,7 млн грн, недержавних пенсійних

фондів – на 230,48 млн грн, ІСІ – на 20 759 млн грн, ломбардів – на 247,97 млн грн.

Висновки є статистично достовірними, оскільки моделі тренду для цих фінансових посередників є адекватними до вихідних даних з ймовірністю $p = 0,95$, коефіцієнти рівняння також є статистично достовірними з ймовірністю $p = 0,95$.

Отже, за проведеним аналізом динаміки активів фінансових посередників України на основі побудованих економіко-математичних моделей тренду лінійного і степеневого типів можна виокремити чітку, статистично вірогідну тенденцію до зростання, тим самим демонструючи їх важливу роль у розвитку інвестиційного ринку України, таких фінансових посередників: банківські установи, страхові компанії, недержавні пенсійні фонди, ІСІ, ломбарди.

Не викликає довіри такий фінансовий посередник як кредитні спілки, що підтверджує відсутність чіткої тенденції розвитку та статистично вірогідних моделей тренду для цього показника.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua> – Назва з екрана.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

К. Д. Разіна, Ф-51м;

***О. В. Яріш, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри фінансів і банківської справи,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»***

Реструктуризаційні зрушення в економіці України та її орієнтація на найкращі зразки розвинутих країн вимагають розробки й формування нових підходів у сфері антикризового управління. Швидкість поширення кризових явищ в економіці України та висока ймовірність виникнення і розвитку кризи в процесі діяльності будь-якого підприємства зумовлює необхідність здійснення антикризового управління.

Слід відмітити, що антикризове управління підприємствами спрямоване на фінансове оздоровлення підприємств і набуває особливої актуальності у сучасних умовах. Необхідність такого оздоровлення пов'язана, у першу чергу, з циклічними фінансовими кризами, що вимагає від українських підприємств визначення чіткої послідовності дій залежно від конкретної економічної ситуації. Для вирішення цього важливого питання необхідно з'ясувати сутність антикризового управління підприємства з метою подальшого формування його механізму.

Дослідження літературних джерел щодо сутності антикризового управління свідчать про те, що не існує серед науковців єдиної думки. Погляди на розуміння поняття «антикризове управління» узагальнено у табл. 1.

Таблиця 1 – Погляди науковців на сутність антикризового управління

Автор	Сутність поняття
Л. О. Лігоненко [4]	Антикризове фінансове управління – це постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ та реалізація генерального плану недопущення поширення кризових явищ та стагнації розвитку підприємства, який здійснюється протягом усього періоду його функціонування.
В. О. Василенко [3]	Антикризове управління – це управління яке спрямоване на передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів і усунення загроз появи кризових ситуацій, а в разі їх появи аналіз і прийняття швидких заходів ліквідаційного характеру з найменшими втратами та негативними наслідками.
О. О. Терещенко [5]	Антикризове управління зводиться до застосування специфічних методів та прийомів управління фінансами, які дозволяють забезпечити стабільне функціонування підприємства на основі управління зовнішніми та внутрішніми ризиками попередження та подолання фінансової кризи.
І. О. Бланк [2]	Під антикризовим управлінням слід розуміти постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ та недопущення їх поширення і стагнації розвитку підприємства, який здійснюється протягом усього періоду його функціонування.

Такі вчені як І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко розглядають антикризове фінансове управління як постійно діючий процес. В. О. Василенко та О. О. Терещенко у своїх працях при визначенні поняття антикризового фінансового управління виокремлюють його об'єкт, мету та шляхи досягнення. Разом з тим вчені не конкретизують предмет досліджуваного поняття.

Отже, предметом антикризового фінансового управління є система принципів та методів розробки й реалізації спеціальних управлінських рішень з метою недопущення кризових явищ на підприємстві на підприємстві.

В умовах ринкової економіки антикризове фінансове управління підприємством спрямоване на вирішення низки завдань, а саме: постійне діагностування фінансового стану підприємства і вживання не-

обхідних антикризових заходів щодо попередження фінансової кризи; відновлення фінансової стійкості підприємства; усунення неплатоспроможності підприємства; запобігання банкрутству та ліквідації підприємства.

Механізм планування й реалізації стратегії антикризового розвитку, заснований на теорії управлінського циклу, являє собою процес підготовки управлінських рішень, що складається з визначеної послідовності етапів (рис. 1).

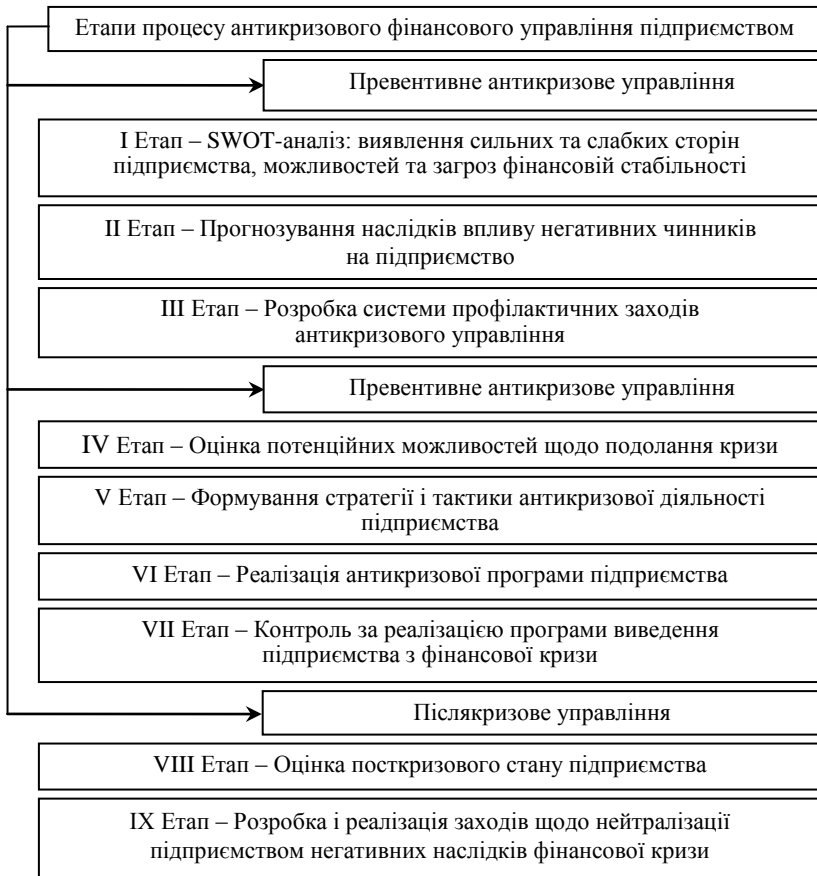


Рисунок 1 – Етапи антикризового фінансового управління підприємством

Джерело: розроблено автором на основі [1]

Підводячи підсумки, можна зазначити, що антикризове управління підприємством слід розуміти як комбінацію заходів організаційного, фінансового менеджменту, які здійснюються управлінською ланкою безпосередньо кожного підприємства під час кризи, і дозволяють підприємствам вийти з негативного періоду з найменшими витратами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Біломістна І. І. Антикризове фінансове управління підприємством в сучасних умовах господарювання / І. І. Біломістна, О. М. Біломістний, М. С. Крамська // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2013. – Вип. 1. – С. 90–96.
2. Бланк И. А. Антикризисное финансовое управление предприятием / И. А. Бланк. – Київ : Эльга, Ника – Центр, 2006. – 672 с.
3. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / В. О. Василенко. – Київ, 2003. – 504 с.
4. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / Л. О. Лігоненко. – Київ : КНТЕУ, 2005. – 824 с.
5. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : навч. посіб. / О. О. Терещенко. – Київ : КНЕУ, 2004. – 560 с.

СУТНІСТЬ САНАЦІЙНОГО КОНТРОЛІНГУ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

А. А. Шарлай, ФК_м-51;

**Т. П. Гудзь, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри фінансів та банківської справи,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

У сучасній літературі науковці на сьогоднішній день не мають єдиної думки щодо визначення контролінгу. Поняття «контролінг» походить від англійського «to control», яке в економічному розумінні означає управління, спостереження, регулювання, контроль. Але при існуючих розбіжностях в трактуванні поняття контролінгу всі науковці згодні з тим, що система контролінгу спрямована на управління для забезпечення функціонування підприємства в довгостроковому періоді.

Особливе місце займає контролінг під час планування та реалізації санаційних процедур. За допомогою його методів та інструментів у поточному періоді здійснюється управління витратами і виручкою з метою їх оптимізації, проводиться моніторинг і контроль за рівнем ліквідності та платоспроможності з метою розробки рекомендацій щодо покращення фінансового стану. В довгостроковому періоді застосування системи санаційного контролінгу на підприємстві сприяє подальшому укріпленню фінансової стійкості, зростанню рентабель-

ності діяльності та досягненню поставлених перед підприємством в процесі санації якісних і кількісних цілей

Значна кількість підприємств України, які опинились в кризовому стані, в процесі управління діяльністю не застосовували систему контролінгу. Тому сьогодні постає питання, чи варто впроваджувати її до відновлення платоспроможності, і якщо варто, то в яких масштабах. В даному напрямку не відмічається одностайності між вченими. Зокрема, О. Терещенко зазначає, що контролінг необхідно впроваджувати на підприємствах, які перебувають у кризі, через потребу розробки стратегії санації [2, с. 39].

На нашу думку, створення системи контролінгу є необхідним для підприємств, відносно яких здійснюються санаційні процедури, оскільки:

- застосування ефективних інформаційних каналів надасть можливість отримувати управлінням повну і своєчасну інформацію;
- всебічний аналіз дозволить виявити всі слабкі та сильні сторони з метою посилення конкурентних переваг, а також використати можливі резерви, що має особливо важливе значення при виході з кризової ситуації;
- в кризовій ситуації управління підприємством значно ускладнюється, отже з'являється особлива необхідність у координації різних управлінських функцій;
- використання багатогранних методів та інструментів контролінгу надасть можливість збільшити ефективність планування та реалізації заходів з відновлення платоспроможності та рентабельності.

Мета контролінгу при здійсненні санаційних процедур полягає у відновленні платоспроможності та покращенні фінансового стану підприємства, досягненні поставлених у плані санації цілей, а також забезпеченні ефективної діяльності та попередженні кризових ситуацій в майбутньому.

Для досягнення поставленої мети фінансовими менеджерами вирішуються наступні задачі:

- постійно проводиться аналіз слабких і сильних сторін діяльності;
- проводиться стратегічне і оперативне планування, узгоджуються в часі і за змістом плани;
- здійснюється впровадження системи профілактики та попередження кризи;
- проводиться аналіз причин відхилень досягнутих величин від запланованих та оцінка їх впливу на результат.

У процесі санаційного управління найбільш чітко проявляються такі функції контролінгу, як планування, контрольно-аналітична, інформаційна, координаційна. На наш погляд, необхідно виділити ще одну функцію санаційного контролінгу – попереджувальну (прогнозну, антикризову), сутність якої полягає у своєчасному оповіщенні

щодо наявності та посилення впливу на діяльність підприємства негативних зовнішніх і внутрішніх факторів, а також виявлені невикористаних можливостей чи зменшення економічного ефекту в результаті послаблення сильних сторін.

Отже, під час складання плану санації підприємства та визначення заходів фінансового оздоровлення фінансовий менеджмент завдяки застосуванню розмаїття інструментарію контролінгу має можливість визначити оптимальні шляхи проведення санації та джерел її фінансування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бондарчук М. К. Контролінг як складова управління санацією в об'єднаннях підприємств / М. К. Бондарчук, Г. М. Воляник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.14. – С. 115–120.
2. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємства : навч. посіб. / О. О. Терещенко. – Київ : КНЕУ, 2000. – 412 с.

РОЛЬ КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ У ФІНАНСАХ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Н. Ю. Сеніч, ФК_м-51;

***Т. П. Гудзь, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри фінансів та банківської справи,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»***

Багатовекторність проблем формування фінансових ресурсів населення зумовлює широту аспектів наукових пошуків у царині фінансів домогосподарств, серед яких окрему нішу займає дослідження джерел кредитних ресурсів. Останні спрямовуються домогосподарствами як на виробничі цілі, так і на соціальні потреби, у формі витрат на людський капітал (освіту, охорону здоров'я, туризм, культуру тощо); на основні невикористані фонди (житлову нерухомість); на споживчі продукти, активуючи тим самим розвиток економіки, стимулюючи зростання інвестицій, полегшуючи процес реалізації продукції та послуг, прискорюючи отримання прибутку підприємствами і збільшуючи надходження коштів до державного бюджету.

Різноманітні аспекти дослідження процесу кредитування домогосподарств в Україні, досліджено у багатьох працях таких авторитетних українських вчених, як: Т. О. Кізима [2], Ю. М. Воробйов та В. В. Ворошило [1].

За допомогою реалізації кредитом своїх функцій виявляється його двояка соціально й економічна роль. Позитивний соціально-економічний ефект від кредитування домогосподарств полягає у тому, що: має місце більш повне задоволення потреб населення в промислових товарах і послугах; покращуються житлові і культурно-побутові умови

життя населення; знижується соціальна напруга; прискорюється оборотність оборотного капіталу підприємств; стимулюється розвиток виробництва й удосконалення структури виробництва товарів народного споживання; розширюються прогресивні форми торгівлі.

Водночас нераціональність надання кредитних послуг населенню може сприяти росту інфляції, виникненню надмірної заборгованості за споживчими кредитами населення, провокувати відтік капіталу з країни в наслідок купівлі споживачами імпортованих товарів за рахунок кредиту.

Особливо велику роль відіграє кредит у придбанні населенням товарів тривалого користування. Найбільш широко до кредиту вдаються люди з невисоким рівнем доходу, хоч часто без споживчого кредиту не можуть обійтися і громадяни з високими доходами, що прагнуть вийти на новий, більш високий рівень споживання. Так, згідно з даними соціологічних досліджень в країнах Заходу робітники та службовці при купівлі автомобілів у семи з 10 випадків користуються кредитом, а керівники вищої ланки – лише в чотирьох з 10 покупок [2].

Велике значення кредит має у вирішенні житлової проблеми шляхом кредитування індивідуального й кооперативного житлового будівництва, купівлі квартир і будинків в особисту власність. Іпотечне кредитування представляє собою складну систему відносин, що дозволяє реалізувати інтереси населення в покращенні житлових умов, комерційних банків – в ефективному та прибутковому напрямі діяльності, будівельного комплексу та пов'язаних з ним виробничим процесом галузей – у ритмічному завантаженні виробництва та збереженні робочих місць, держави, зацікавленої в загальному економічному зростанні.

Розвиток кредитування домогосподарств впливає на подолання соціальної нестабільності в суспільстві. Людина, що має власний будинок чи квартиру, можливість придбати споживчі товари і послуги, психологічно більш стійка, вона одержує необхідні умови для створення сім'ї й виховання дітей. Забезпечення гарними житлово-побутовими умовами, достатній рівень споживання призводить до поліпшення здоров'я нації, збільшення тривалості життя, що, у свою чергу, підвищує працездатність населення.

Важливе соціальне значення має споживчий кредит при здійсненні пільгового кредитування родин, що постраждали в результаті стихійних лих, катастроф, аварій. Чітку соціальну спрямованість мають і кредити військовослужбовцям, звільненим у запас, на придбання і будівництво житла, а також на поліпшення житлових умов.

Отже, для домогосподарств кредитування є дієвим механізмом покращення життєвого рівня та зміни стандартів життя. Кредит не тільки сприяє більш повному задоволенню потреб фізичних осіб, а й породжує нові потреби, що безпосередньо впливають на зростання суспіль-

ного виробництва товарів і послуг, сприяє вирішенню багатьох соціально-економічних задач, спрямованих на поліпшення матеріального й культурного рівня життя населення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Воробйов Ю. М. Фінанси домашніх господарств у фінансовій системі держави : монографія / Воробйов Ю. М., Ворошило В. В. – Сімферополь : ВД «АРІАЛ», 2013. – 232 с.
2. Кізіма Т. О. Фінанси домогосподарств: сучасна парадигма та домінанти розвитку : монографія / Т. О. Кізіма. – Київ : Знання, 2010. – 431 с.

ТРАНСФОРМАЦІЯ НБУ ЯК ЕЛЕМЕНТ РЕФОРМИ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

А. І. Бугаєвська, Ф-31;

О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., ст. викладач

кафедри фінансів і банківської справи,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Фінансова відкритість економіки України, а також структурно-функціональні деформації вітчизняного фінансового сектору актуалізують потребу реформування його системи регулювання. Враховуючи, що ключова роль у цьому напрямі відводиться центральному банку, то стабільний розвиток як фінансового сектору загалом, так і банківського, зокрема, неможливий без закладення ефективної основи для його внутрішньої трансформації в умовах викликів сьогодення.

Важливі кроки в цьому напрямі вже зроблені. Так, прийнято «Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 року» [1], відповідно до якої передбачено проведення комплексних змін регуляторів фінансового сектору шляхом зміцнення інституційної спроможності регуляторних органів та створення відповідних умов для ефективного нагляду та впливу, зміцнення стійкості фінансової системи країни, зростання її кредитного та інвестиційного потенціалу. Іншими словами, трансформація НБУ як регулятора банківської сфери передбачає підвищення його інституційної спроможності, що має прояв у трансформації його регуляторної функції, та спрощення як організації, тобто організаційна трансформація.

Розглядаючи перший напрям трансформації можна зауважити, що відбулося фокусування структури НБУ на таких основних функціональних групах, як: монетарна політика, пруденційний нагляд, фінансова стабільність, грошовий обіг та розрахункові операції.

Потреба в існуванні ієрархічної системи зумовлена складністю управління окремими елементами економіки, у тому числі банківською

сферою, необхідністю отримання, опрацювання та використання великих обсягів інформації, значною кількістю учасників та іншими факторами [2]. Тому, організаційна трансформація передбачає скорочення ієрархічної структури регулятора до чотирьох рівнів (правління, департаменти, управління, відділи), повний перегляд функцій та чисельності персоналу, централізацію функцій на рівні центрального апарату (оптимізація мережі територіальних управлінь), виведення за межі НБУ непридатних центральному банку функцій [3].

У рамках реформи фінансового сектору інституційна перебудова НБУ, очищення та перезавантаження банківського сектору та реформа фінансового сектору, мають відбуватись одночасно, щоб забезпечити успіх та синергію зусиль. Поетапність реформування НБУ наведемо в табл. 1.

Таблиця 1 – Етапи трансформації Національного банку України

Назва етапу	Сутність етапу
Підготовчий етап	Розробка Стратегічної програми внутрішньої трансформації Національного банку України за допомогою міжнародних експертів (завершено у серпні 2014 року);
Етап 0	Реорганізація внутрішньої структури (проведено організаційну трансформацію, визначено мандат НБУ, оптимізовано чисельність персоналу, запроваджено систему комітетів Правління) (завершено у грудні 2015 р.);
Етап I	Підвищення якості прийняття рішень та реінжиніринг внутрішніх процесів;
Етап II	Імплементация нових місії та візії центрального банку.

Джерело: складено на основі опрацювання [3]

Таким чином, організаційна трансформація НБУ є частиною стратегії реформування банківської системи України. В умовах євроінтеграції України метою цих інституційних перетворень НБУ є створення сучасного європейського центрального банку, так як цільова організаційна структура НБУ направлена на майбутнє. Передбачено, що комплексна перебудова управлінських процесів НБУ сприятиме підвищенню ефективності прийняття рішень та виконання політики регулятора, зростання результативності розподілу наявних ресурсів, оптимізації витрат та чисельності персоналу. Однак, на нашу думку, час покаже ефективність цих заходів, що має проявитися через стимулюючий розвиток банківського сектору, забезпечення більш прозорого та безпечного користування фінансових послугами для споживачів, підвищення довіри до банківських установ усіх рівнів, і, як наслідок, розвиток вітчизняної економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року [Електронний ресурс] : Постанова Правління Національного банку України від 18.06.2015р. № 391 / Сайт Національного банку України. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297> – Назва з екрана.
2. Єгоричева С. Б. Сучасний механізм функціонування регіональної банківської системи : монографія / С. Б. Єгоричева, О. В. Гасій. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – 217 с.
3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс] / Національний банк України : [офіц. веб-сайт]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 25.03.2017.

СУЧАСНІ ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ

В. В. Малашина, Ф-41;

**О. С. Вовченко, науковий керівник, асистент
кафедри фінансів і банківської справи,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

Інфляція – явище, при якому знижується купівельна спроможність грошей, тобто зменшується кількість товарів і послуг, які можна придбати за певну суму. Найбільші стрибки інфляції в Україні відбулися 2008 року 22,3 % (Глобальна фінансова криза 2008 року) та з 2014 року 24,9 % (Економічна криза в Україні з 2013). Найнижчий рівень інфляції зафіксовано у 2012 році – 0,2 %, а найвищий у 2015 році 43,3 % (рис. 1) [5].

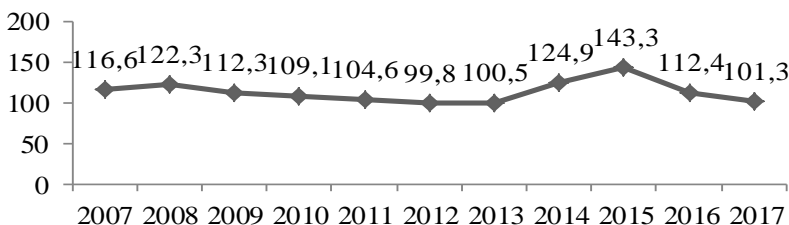


Рисунок 1 – Динаміка індексу інфляції в Україні за 2007–2017 роки

В лютому 2017 року інфляція в Україні дещо сповільнилася і склала 1 % в порівнянні з 1,1 % у січні. Також за даними Держстату [1], зростання споживчих цін у річному вимірі прискорилося за під-

сумками лютого до 14,2 % з 12,6 % за підсумками січня і 12,4 % – за минулий рік.

Інфляція на Україні зумовлена багатьма причинами, зокрема:

- грошовою емісією, викликаною потребою держави в додаткових коштах;
- низхідним трендом грошових агрегатів;
- імпортованою інфляцією та цінами на світових сировинних ринках.
- корегуванням адміністративно-регульованих цін і тарифів;
- підтримкою фіксованого обмінного курсу;
- факторами немонетарного характеру (попередньо накопичені макроекономічними та фінансовими дисбалансами, соціально-політичним напруженням та ескалацією військового конфлікту на сході країни) [2].

Вплив інфляції на економічне життя можна розглядати в двох напрямках: вплив на перерозподіл національного доходу і на обсяг національного виробництва. При цьому головними наслідками інфляції є: перерозподіл доходів, прихована державна конфіскація грошей у населення через податки, прискорена матеріалізація грошей, падіння реальної процентної ставки на капітал, падіння рівня життя населення [3].

Можна визначити основні фактори подальшого зниження інфляції:

- уповільнення зростання адміністративної компоненти;
- зниження інфляційних очікувань;
- помірно жорстка монетарна політика;
- зниження імпортованої інфляції;
- недостатній розвиток галузей споживчого сектору.

Експерти європейської бізнес асоціації вважають, що 2017 рік буде більш успішним для економіки України, ніж попередній. Щоправда гривня, згідно з їх дослідженнями, не зміцниться, але інфляція скоротиться [4], зокрема гривня в цьому році подешевшає на 10 % й середній курс коливатиметься між 27,5–28 гривень за американський долар.

Таблиця 1 – Прогноз показників інфляції для України

Показник	2015	2016	2017	2018
ВВП	–12 %	+1 %	+2 %	+3 %
Номинальний ВВП, млрд грн	1 957,8	2 372,8	2 882,3	2 961,6
Інфляція	50,8 %	12,2 %	8 %	5 %
Дефіцит пот. рахунку платіжного балансу	1,1 % ВВП	1,4 % ВВП	1,4 % ВВП	1,6 % ВВП
Золотовалютні резерви, млрд дол.	18,3	22,3	28,5	35,8

Варто додати, що прогноз експертів збігається з очікуваннями Кабінету міністрів щодо рівня інфляції – до 8 %. НБУ прогнозує знижен-

ня інфляції до 6 % у 2018 році. Згідно з регулятором, реалістичним є досягнення рівня інфляції у 2017 і 2018 роках на рівні 8 % \pm 2 п.п і 6 % \pm 2 п.п.; інфляція в річному вимірі залишатиметься високою протягом перших трьох кварталів завдяки дії ефекту бази порівняння та повернеться до однознакового рівня в IV кварталі 2017 року [5].

Отже, інфляція в Україні за аналізований період була зумовлена багатьма причинами, такими як світова економічна криза у 2008 році, економічна криза в Україні у 2013 році та політична й економічна нестабільність починаючи з 2014 року. Основними наслідками інфляційних процесів стали: падіння рівня життя населення, знецінення гривні, стагнація економіки. Незважаючи на це, прогнози експертів є доволі вітнішими: ВВП країни буде зростати, а інфляція знижуватись.

Список використаних інформаційних джерел

1. Возьний К. Інфляційні процеси та їх соціально-економічні наслідки в Україні / К. Возьний // Економічний простір. – 2015. – № 93.
2. Державний комітет статистики України. Індекси споживчих цін на товари та послуги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> – Назва з екрана. – Дата перегляду: 12.04.2017.
3. Зянько В. В. Інфляція та її вплив на її економіку України / В. В. Зянько // Фінанси. – 2015. – № 1. – С. 93–102.
4. Марцин В. С. Деякі підходи до регулювання інфляційних процесів на сучасному етапі розвитку економіки / В. С. Марцин // Економіка розвитку. – 2013. – № 1(65). – С. 42–48.
5. Міністерство фінансів України. Фінансовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 12.04.2017.

БАНКИ ТА ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ КРЕДИТНІ ВІДНОСИНИ

Ж. О. Шилан, Ю. О. Хряпа, Ф-41;

О. С. Вовченко, науковий керівник, асистент

кафедри фінансів і банківської справи,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах ринкових відносин одним із основних завдань банківської системи є створення сприятливих умов для безперервності відтворювального процесу, насамперед, шляхом своєчасного задоволення потреби економічних агентів у необхідному капіталі. Основна проблема полягає в тому, що в сучасних умовах система банківського кредитування не повною мірою задовольняє потреби суб'єктів господарювання та, відповідно, всієї економіки.

Так, за даними НБУ, з початку 2014 року відбувся злам позитивного тренду зростання обсягів кредитування підприємств на негатив-

ний. 3 жовтня 2014 року падіння рівня кредитування набуло прискорення. В цілому за два останніх роки обсяги кредитів, наданих у гривні, впали на 169 млрд грн (до 433,8 млрд грн на 01.01.2016 р.). Обсяг кредитів в іноземній валюті за два роки знизився на 15,7 млрд дол. [2].

На початок 2017 року співвідношення обсягу кредитів до ВВП, тобто фінансова глибина економіки, становить менше 50 %, що значно нижче цього показника для інших країн, зокрема, у Данії 180 %, у Японії 187 %, у країн Єврозони у середньому вище 100 %, у країн з найбільшими доходами вище 150 % [1].

Причини скорочення довгострокових кредитів можна визначити наступні:

- 1) нестача довгих ресурсів у банківській системі;
- 2) зниження мотивації банків до кредитування внаслідок існування безризикових високоприбуткових інструментів – депозитних сертифікатів НБУ;
- 3) обмеження доступу до запозичень на міжнародних ринках;
- 4) збільшення обсягів проблемних кредитів та, як наслідок, збільшення резервів для покриття ризиків за такими кредитами;
- 5) погіршення фінансового стану позичальників внаслідок рецесії в економіці та низького внутрішнього попиту.

За даними опитування директорів підприємств, проведеного НБУ в 4 кварталі 2016 року [3], кредити в найближчі 12 місяців планують брати 34,6 % компаній. Найбільш високий відсоток керівників, які мають намір отримати банківське фінансування, спостерігається у представників переробної промисловості.

Існує проблема низької зацікавленості банків у кредитуванні суб'єктів підприємництва через те, що надаючи позику без застави, вони повинні формувати значні обсяги резервів під кредитні операції, що знижує прибутковість банківської діяльності і підвищує кредитний ризик банку. Тому в Україні потрібно створювати умови для ефективної роботи кредитного ринку. Найважливішими із таких умов є:

- працююча судова система;
- посилення захисту прав позичальників і кредиторів, що дозволить банкам бути впевненими в отриманні застави у випадку неплатоспроможності боржника;
- розвиток фінансового лізингу для суб'єктів підприємництва, який, наприклад, може стати реальним способом отримання необхідних матеріальних ресурсів для започаткування власної справи без заставних відносин;
- структурне рефінансування НБУ за принципом *funding for lending scheme*;
- реалізація «Стратегії розвитку агропромислового виробництва товарів з підвищеною додатковою вартістю», де відображені шляхи перебудови сировинної моделі АПК на більш розвинену модель

Список використаних інформаційних джерел

1. Велика дискусія на VoxUkraine: Інфляційне таргетування [Електронний ресурс] – Текст. дані. – Режим доступу: <https://voxukraine.org/2017/04/07/big-discussion-inflation-targeting-ua/>. – Назва з екрана. – Дата публікації: 07.04.2017. – Дата перегляду: 17.04.2017.
2. Грошово-кредитна та фінансова статистика [Електронний ресурс] / Національний банк України : [офіц. веб-сайт]. – Текст. дані. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44578#1. – Назва з екрана. – Дата публікації: 03.2017. – Дата перегляду: 17.04.2017.
3. Попит на кредити підприємств різних галузей (за результатами опитування в 4 кварталі 2016 року) [Електронний ресурс] – Текст. дані. – Режим доступу: <http://finpuls.com/ua/industry//business/info/Popit-na-krediti-pdprimstv-rznih-galuzey-za-rezultatami-opituvannya-v-4-kvartal-2016-roku.htm>. – Назва з екрана. – Дата публікації: 17.01.2017. – Дата перегляду: 17.04.2017.

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ АЗЕРБАЙДЖАНА

***Мехдиев Эльвин Эльчин оглы, магистрант кафедры финансов;
Ю. В. Петленко, научный руководитель, к. э. н., доцент,
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко***

Финансовый кризис 2007–2009 год оказал достаточно сильное влияние на состояние финансово-кредитной системы Азербайджанской Республики. Особенно это отразилось на его денежно-кредитной подсистеме, что привело к необходимости резкого возврата к усиленной роли государственного влияния на экономику республики. В связи с этим возникает необходимость разработки и внедрения принципиально новой организационной модели финансово-кредитного механизма, который позволит, с наименьшими потерями для экономики страны, преодолевать последствия кризисных явлений, сохранять стабильность в реальном, социальном и финансовом секторах экономики.

К 2017 году в Азербайджане, путем постепенных эволюционных преобразований, сложилась своеобразная, по-своему уникальная модель финансово-кредитной системы, которая унаследовала, с одной стороны, советские традиции административного управления, а с другой, формировалась под влиянием открытого рынка и стремится к разгосударствлению, достижению финансовой стабильности ключевых финансовых институтов, усилению их конкурентоспособности на внутреннем и внешних финансовых рынках.

Еще в 2008 году, эксперты МВФ [1, 84], Всемирного банка и других организаций относили экономику Азербайджана к группе стран с экономикой устойчивой к кризису. Этому способствовал ряд факторов:

- независимость от мировых финансов, слабое развитие рынка фиктивного капитала;
- низкий уровень долговой нагрузки перед международными организациями (примерно 25 % от всех банковских обязательств);
- внутренние инвестиции в экономику страны превышают иностранные инвестиции;
- высокий уровень государственного вмешательства в экономику, государство является основным заказчиком на рынках промежуточной и конечной продукции, произведенной в Азербайджане;
- существование резервного фонда, образованного от доходов с продажи нефти.

Среди прочих инструментов, которые необходимо задействовать в качестве резервных для усиления надежности финансово-кредитного механизма, стоит отметить фискальную консолидацию, как систему целенаправленных мероприятий государства по оптимизации доходов и расходов с целью снижения бюджетного дефицита и государственного долга [3, 176]. Роль этого инструмента очевидна – это формирование прозрачной системы перераспределительных отношений во всех звеньях финансово-кредитной системы.

Как показывает международный опыт, для достижения прозрачности и открытости, любая финансово-кредитная система должна претерпеть кардинальные изменения, в противном случае результаты таких реформ будут сомнительными. Для экономики Азербайджана сегодня становится очевидным, необходимость переориентации механизма пополнения доходной части бюджета с нефтяного сектора на не нефтяные, а это в свою очередь требует значительных инвестиций [1, 68], структурного реформирования всей финансово-кредитной системы, и в первую очередь ее банковской системы, которые способствовали сокращению неформальной экономики в ВВП.

Немаловажная роль уделяется развитию финансового менеджмента [5, 96] на государственных предприятиях, отделению системы управления от системы собственности. Справится с этой задачей государству необходимо ещё и потому, чтобы обеспечить снижение коррупционной составляющей в сфере государственных финансов. Вследствие этого, антикоррупционные мероприятия, определённые президентом страны И. Алиевым, становятся приоритетными на ближайшую перспективу. Президент отметил, – серьёзная борьба будет вестись со взяточничеством, коррупцией, монополизмом, незаконной деятельностью [4]. Таким, образом сделан серьёзный задел для интеграционных процессов и развития современных финансовых институтов, составляющих основу экономики, что предполагает:

- усиление координации национальной финансово-кредитной политики с международной финансовой политикой и стандартами;

- адаптацию национальных финансовых рынков к внешним условиям;
- реформирования банковского сектора с учетом последних инноваций и технологий, требующих переосмысления роли национальной валюты, возможности использования технологий блокчейн и криптовалют.

И в заключение отметим, что среди наиболее существенных факторов, влияющих на ритмичность финансово-кредитного механизма стало подавление функций национальной валюты, экспорто-ориентированность реального сектора в ущерб внутреннему, сдерживание развития малого и среднего бизнеса. Преодоление обозначенных проблем будет способствовать скорейшему преодолению отрицательных тенденций в экономике и переходу к ее устойчивому развитию.

Список использованных информационных источников

1. Гюльалиев М. Динамика и отраслевая структура иностранных инвестиций, направленных в экономику Азербайджана / М. Гюльалиев, Р. Алиев // Экономический вестник Донбасса. – 2015. – № 3 (41).
2. Масимли Али. Мировой финансовый кризис и Азербайджан / Масимли Али // Кавказ и глобализация. – 2009. – № 1 – С. 76–92.
3. Петленко Ю. В. Квазіфіскальні операції та ефективність фіскальної консолідації в Україні / Ю. В. Петленко // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України : зб. матер. XII Міжн. наук.-практ. конференції, 29–30 жовтня 2015 р. ; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – Київ, 2015. – С. 265–270. – 0,5 друк. арк.
4. Президент: мы не допустим монополизма ни в импорте, ни в местном производстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://aze.az/news_prezident_my_ne_127502.html. – Название с экрана.
5. Петленко Ю. В. Організація служби фінансового менеджменту на підприємстві / Юлія Володимирівна Петленко // Фінанси України. – 2004. – № 5. – С. 94–98.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

К. А. Клопотова, Б-31;

***Н. П. Толстенок, научный руководитель, к. э. н., доцент,
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»***

В любой организации финансовые ресурсы ограничены и от их наличия, структуры, эффективности использования зависят стабильность положения организации, его платежеспособность, степень зависимости от кредиторов, конкурентоспособность. Поэтому финансовые ме-

недженеры должны проводить постоянный анализ финансового состояния организации и оценивать и предотвращать возникновение возможных рисков, что позволяет формировать эффективную систему управления и избегать кризисных ситуаций и банкротства.

В Республике Беларусь проведение оценки финансового состояния организации регламентировано Инструкцией о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь от 27 декабря 2011 г., № 140/206 (с изм. и дополн. от 22 февраля 2016 г., № 9/10) (далее – Инструкция).

В соответствии с названной Инструкцией источником информации для проведения анализа финансового состояния субъектов хозяйствования является бухгалтерская отчетность, составленная в соответствии с законодательством. Предлагаемые Инструкцией оценочные показатели достаточно просто рассчитываются на основе имеющихся данных бухгалтерской отчетности. Однако, несмотря на простоту самого анализа и прозрачность его информационной базы, многими учеными и практиками, указывается на несовершенство используемой методики. Прокомментируем основные ее недостатки:

- при расчете показателей для оценки финансового состояния организации используются не все формы бухгалтерской отчетности, а только бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках;
- приведение в соответствие с международными и отечественными стандартами бухгалтерского учета, отчетности, законодательной базы. Министерство финансов почти ежегодно вносит изменения в различные формы отчетности, что, в конечном счете, позволяет улучшить качественное содержание аналитических показателей. Однако частные изменения в бухгалтерской и налоговой отчетности приводят к неоднородности содержания многих данных, а значит, к несопоставимости ряда показателей в динамике;
- возможно «искусственное» изменение статей бухгалтерского баланса с целью улучшения показателей финансового состояния организации. Например, данное положение является актуальным в отношении классификации активов и обязательств организации на долгосрочные и краткосрочные (дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения, прочие обязательства). Перемещение определенных показателей из краткосрочных в долгосрочные и, наоборот, путем заключения дополнительных соглашений к договорам позволяет в некоторых случаях улучшить показатели финансового состояния организации, рассчитываемые в соответствии с Инструкцией;
- показатели оценки финансового состояния рассматриваются изолированно, вне увязки с имущественным положением, а также без уче-

та динамики их изменения и сравнения с аналогичными компаниями отрасли;

- рассчитываемые показатели не объясняют причины сложившейся ситуации и наблюдаемых тенденций в сфере финансового состояния организации.

Для решения указанных выше проблем, по нашему мнению, необходимо:

1) использовать для расчета показателей платежеспособности не только бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках, но и отчет о движении денежных средств, отчет об изменении капитала;

2) формировать показатели финансового состояния организации только во взаимосвязи и взаимообусловленности форм бухгалтерской отчетности – такой подход к оценке финансового состояния соответствует принципам МСФО;

3) систематизировать контроль финансового состояния организации, что позволит оперативно выявлять негативные стороны в работе организации и своевременно принимать действенные меры по выходу из сложившейся ситуации.

Таким образом, оценка финансового состояния организации должна носить комплексный системный характер, учитывать все аспекты финансово-хозяйственной деятельности организации, используя при этом в полной мере всю имеющуюся информационную базу анализа.

Список использованных информационных источников

1. Об утверждении инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : постановление Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь, 27 дек. 2011 г., № 140/206 (с изм. и дополн. от 22 февраля 2016 г., № 9/10). – Режим доступа: www.belstat.gov.by. – Название с экрана.
2. Толкачева Е. Г. Совершенствование нормативного правового обеспечения анализа финансового состояния организации / Е. Г. Толкачева // Потребительская кооперация. – 2012. – № 3. – С. 50–54.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ И БЮДЖЕТНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАЗАХСТАНА

К. Т. Шкульбаева, магистрант кафедры финансов;

***Г. Т. Шауликова, д. э. н., профессор АО «Финансовая академия»,
Казахстан, г. Астана***

На сегодняшний день сложилось так, что бюджетные программы формируются исходя из планируемых видов расходов, механизмов финансирования, в результате чего для достижения одной цели реализу-

ется несколько бюджетных программ либо одна бюджетная программа направлена на достижение нескольких целей. Данная ситуация не позволяет определить объем средств, необходимый для достижения соответствующей цели.

Для примера, в 2015 году 7 бюджетных программ Министерства по инвестициям и развитию (как текущие, так и развития) направлены на достижение одной цели – улучшение состояния автомобильных дорог.

Для решения данной проблемы на центральном уровне проведена работа по укрупнению бюджетных программ, путем включения в одну бюджетную программу всех расходов, направленных на достижение одного результата. При этом объединяемые бюджетные программы перейдут на уровень подпрограмм.

По своему содержанию БОР является особым методом управления бюджетным процессом и направлен на использование бюджетных средств с учетом приоритетов социально-экономической политики для достижения прямых и конечных общественно-значимых результатов. Отсюда важной становится задача увязки бюджетных расходов с приоритетами государственной политики, то есть распределение бюджетных ресурсов не по видам затрат, а по стратегическим целям.

В целях формирования бюджета на 2016–2018 годы бюджетные программы центральных государственных органов были сформированы по данному принципу.

Также, работа Республиканской бюджетной комиссии начиная с 2016 года переакцентирована на рассмотрение отчетов по реализации стратегических планов и бюджетных программ за предыдущий период. То есть, при рассмотрении Республиканской бюджетной комиссией бюджетных заявок и бюджетных программ государственных органов будут учитываться достижение целевых индикаторов и конечных результатов, запланированных в проектах стратегических планов и бюджетных программ.

В итоге проведенной работы, количество целевых индикаторов и показателей в стратегических планах снизилось более чем в 3 раза. Количество разрабатываемых бюджетных программ на центральном уровне сократилось более чем в 2 раза.

И третий элемент БОРа – это ответственность за достижение результатов.

В условиях бюджетирования, ориентированного на результаты, усиливается ответственность государственных органов за исполнение бюджетных обязательств, повышается обоснованность принимаемых решений о распределении государственных бюджетных средств, повышается прозрачность принимаемых ими бюджетных решений.

Внесенные дополнения в Бюджетный кодекс определяют многие виды ответственности за неэффективное планирование и использование бюджетных средств (за некачественное планирование и недости-

жение результатов бюджетной программы, за обоснованность бюджетной заявки, за недостижение результатов бюджетной программы при полном освоении бюджетных средств и др.).

Кроме того, согласно новому формату по каждой бюджетной программе определяется руководитель бюджетной программы, который несет ответственность за достижение прямых и конечных показателей бюджетной программы.

Для начала практической реализации данных подходов и внедрения новых форматов стратегического плана и бюджетной программы:

1. Внесены изменения в Бюджетный кодекс Республики Казахстан, предусматривающие переход всех государственных органов на новые форматы стратегического плана и бюджетной программы.

Расширена самостоятельность госорганов на этапе планирования и исполнения бюджетных программ.

При этом, впервые была введена ответственность руководителя администратора бюджетной программы и руководителя бюджетной программы за некачественное планирование и не достижение прямых и конечных результатов бюджетной программы, в том числе при полном освоении бюджетных средств.

2. Внесены изменения в указы Президента РК о Системе государственного планирования, предусматривающий новый формат стратегического плана.

3. Разработаны и утверждены Методика и Правила по разработке стратегического плана и бюджетных программ в новом формате.

Таким образом, в рамках формирования бюджета на 2016–2018 годы стратегические планы и бюджетные программы утверждены в новых форматах.

Список использованных информационных источников

1. http://economy.gov.kz/ru/strategicheskie-napravleniya/razvitie-sistemy/detail.php?ELEMENT_ID=70094

СТРАТЕГИЯ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО РК

Г. Х. Аманкосова, магистрант кафедры «Экономика»;
С. А. Юсупова, к. э. н., Казахстанский агротехнический
университет им. С. Сейфуллина, Казахстан, г. Астана

Активизация инвестиционной деятельности является важнейшим определяющим фактором дальнейшего развития села Казахстана, поэтому необходимо не только реформирование общественного уклада на селе путем институциональных преобразований, что являлось приоритетом в начальный период аграрной реформы, но и привлечение в аграрный сектор крупномасштабных инвестиций. Поэтому создание

предпосылок для массового притока инвестиций в аграрный сектор должно стать важнейшим элементом стратегии государственной аграрной политики на современном этапе. Прежде всего, необходимо обеспечить на государственном уровне формирование благоприятной, экономически эквивалентной рыночной среды, в которой экономика становится восприимчивой к инвестициям, а у субъектов хозяйствования появляются и расширяются инвестиционные возможности для обновления основного капитала и его наращивания за счет собственных и привлеченных средств, включая и иностранный капитал. Это в значительной мере может быть достигнуто путем внедрения нового, адекватного рыночной системе хозяйствования, учитывающего специфику сельского хозяйства.

В условиях рыночных отношений государство должно оказывать регулирующее воздействие на инвестиционный процесс путем обеспечения научно обоснованного ценообразования, проведения гибкой кредитной, налоговой и амортизационной политики, расширения возможностей лизинга, стимулирования предпринимательской деятельности и предоставления льгот инвесторам при приватизации, целевого государственного финансирования, выделения приоритетных направлений инвестирования и капиталовложения, составления индикативных планов капитальных вложений.

На региональном уровне, и особенно на уровне предприятий, необходимо составлять бизнес-планы, в которых дается обоснование инвестиционной деятельности и источников ее финансирования, а также оценка проектных решений. Государственные средства должны направляться, прежде всего, на восстановление технического потенциала на селе; завершение строительства по ранее начатым объектам, предусмотренным целевыми программами; укрепление материально-технической базы сельскохозяйственной науки, семеноводства, племенного дела, а также базы хранения, как в сельском хозяйстве, так и в перерабатывающих отраслях; строительство жилья на селе; поддержку малого бизнеса; финансирование направлений деятельности, где активность индивидуальных инвесторов будет наименьшей [1].

Необходимо повысить роль государственного целевого бюджетного фонда поддержки производителей сельскохозяйственной продукции и продовольствия в финансировании приобретения технических средств и оборудования, активно использовать целевую кредитную линию, мобилизовать местные источники финансирования. На данном этапе крайне важно осуществить техническое перевооружение и реконструкцию животноводческих ферм и комплексов, а также обновление парка машинами качественно нового поколения.

Инвестиционную политику в ближайшие годы надо осуществлять на основе следующих принципов:

- последовательной децентрализации инвестиционного процесса,

увеличения доли собственных средств предприятий в общем объеме капитальных вложений, повышения роли амортизационных отчислений как одного из источников финансирования инвестиций;

- размещения государственных инвестиций на производственные цели на конкурсной основе;
- возвратности централизованных капитальных вложений;
- расширения практики совместного государственно-коммерческого финансирования проектов;
- усиления государственного контроля за целевым расходованием средств государственного бюджета, направленных на инвестиции;
- расширения практики страхования и гарантирования поддерживаемых государством инвестиционных проектов;
- стимулирования иностранных инвестиций.

Необходимо отметить, что при сложившемся соотношении цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию в предстоящие годы капитальные вложения за счет собственных средств смогут осуществлять лишь отдельные предприятия, финансирование инвестиций из государственного и региональных бюджетов в ближайшие годы не улучшит состояние производственного потенциала сельского хозяйства и всего АПК.

Список использованных информационных источников

1. <http://group-global.org/ru/publication/51227-investirovanie-v-selskoe-hozyaystvo-zalog-procvetaniya-strany>

СЕКЦІЯ 2 ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ БУХГАЛТЕРІВ

А. М. Бєляєв, ОА–21;

Ю. О. Ночовна, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

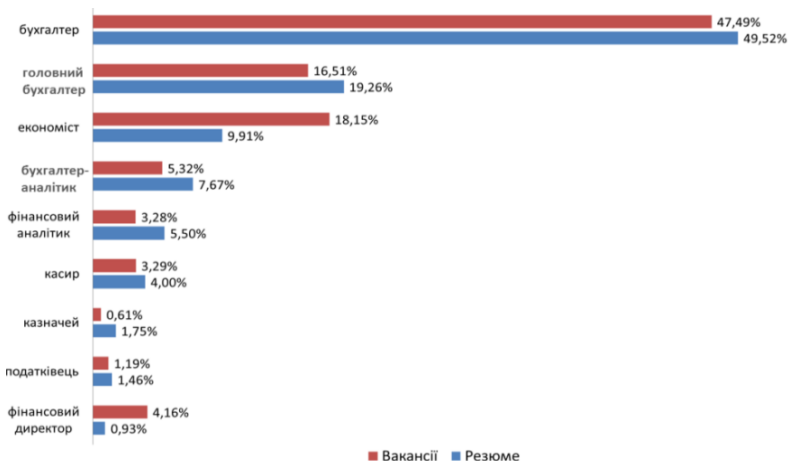
Ринок праці надто чутливий до змін, економічних, політичних та соціальних коливань в країні. Він знаходиться у залежності від багатьох факторів, зокрема: політичної скерованості держави, соціального законодавства, економічної кон'юнктури, рівня мінімальної заробітної плати, кількості роботодавців, рівня життя працівників, умов праці тощо.

Після потрясінь, які виникли внаслідок політичної ситуації в країні та війні на Сході України те, що ринок праці не обвалився і навіть нарощує оберти, здається справжнім дивом, адже ряд підприємств не витримали конкуренції та були закриті чи збанкрутували. Тим не менше, закордонні та вітчизняні інвестори готові вкладати кошти у розвиток малого і середнього бізнесу в Україні – і тому серед підприємців не знижується попит на кваліфікованих працівників, в тому числі й у сфері бухгалтерського обліку.

Згідно з офіційною інформацією Державної служби статистики України, станом на кінець вересня 2016 року роботодавці потребували приблизно 41 000 працівників різних спеціальностей. У той же час, сайт пошуку роботи rabota.ua пропонує 3274 вакансій на посаду бухгалтера – а це майже 8 % всього ринку праці нашої країни.

Посада бухгалтера є однією із найбільш затребуваних на ринку праці за рахунок необхідності ведення обліку на кожному підприємстві, а також розвитку сітьового бізнесу, відкриття великих торгових центрів, філій та представництв іноземних та вітчизняних компаній, яким потрібні кваліфіковані бухгалтери.

Найпопулярнішою з вакансій у фінансовій сфері є посада бухгалтера – майже 50 % вакансій. На другому місці – посада головного бухгалтера – близько 20 % вакансій. Вузькі спеціалісти користуються меншим попитом (рис. 1).



Побудовано за даними офіційного сайту [Електронний ресурс].–Режим доступу : <https://rabota.ua> – Назва з екрана.

Рисунок 1 – Структура вакансій та резюме на ринку праці України у фінансовій сфері

Бухгалтери, як правило, повинні мати вищу або неповну вищу економічну освіту; з практичним досвідом роботи більше 3 років або до 1 року; віком від 26 до 45 років.

Вимоги до претендентів зазвичай не дуже відрізняються: потрібні оператори ІС з умінням працювати з первинною документацією та досвідом у складанні та транспортуванні електронної звітності, навичками роботи з офісною технікою. Особлива перевага віддається співробітникам, які легко працюють із сучасними офісними програмами та електронним документооборотом.

На думку роботодавців ідеально, якщо здобувач на посаду бухгалтера має: практичні вміння і навички; здатний давати економічну інтерпретацію та аналізувати облікову інформацію; йому характерні системність мислення, здатність до самонавчання, важливі особистісні якості (стресостійкість, гнучкість, ініціативність, відповідальність, креативність) та рівень розвитку комунікативних навичок (спілкування, ведення переговорів, розв'язання конфліктів).

На сьогодні бухгалтер може знайти собі роботу із зарплатою понад 6 000 гривень, однак невелике підприємство зазвичай не може дозволити собі такі витрати. Це означає, що у пошуку роботи варто орієнтуватися на філії західних фірм, а це потребує відмінного знання комп'ютерної техніки, програмного забезпечення і пристойний рівень володіння іноземною мовою. Проте, на жаль зарплата вітчизняних фахівців навіть з урахуванням різних бонусів і премій не відповідає середнім розмірам заробітної плати бухгалтерів в інших країнах світу.

Однак, на нашу думку, незважаючи на всі проблеми, перспективи розвитку професії бухгалтера можна оцінити позитивно. Адже на сьогодні, бухгалтер-професіонал – це не тільки основа фінансової стабільності будь-якої компанії, але й один з головних факторів успішного розвитку бізнесу. Робота бухгалтера, який вміє давати інтерпретацію та аналізувати облікову інформацію, бачить вузькі місця і невикористані можливості, зумовлює стабільне та довготривале існування фірми, її процвітання та розвиток.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rabota.ua/> – Назва з екрана. – Дата звернення: 12.04.17.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

**Ю. Г. Зіганшина, К. Р. Ноздрачова, Н. В. Стерлядєва, МБ-51м;
Н. І. Самбурська, науковий керівник, к. е. н., доцент
кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

Залучення іноземних інвестицій є невід'ємною частиною розвитку національної економіки України, сприяючи її входженню у глобальне

бізнес-середовище та підвищуючи інвестиційну привабливість внутрішнього ринку. Про важливість дослідження свідчать дані Державної служби статистики України, а саме: знижується частка прямих іноземних інвестицій з країн світу в економіку України з 53 704,0 млн дол. США у 2014 р. до 36 154,5 млн дол. США у 2016 р., тобто на 32,68 % [1]. При цьому частка прямих іноземних інвестицій з країн ЄС в економіку України знизилася на 0,8 % [1]. Це пов'язано як з політичною ситуацією, так і зі зниженням репутації України як партнера на зовнішньому ринку. Залучення коштів іноземних інвесторів може бути реалізовано тільки за умови повної довіри і співпраці між учасниками інвестиційного процесу, забезпечення їх оперативною та достовірною інформацією, яку формують у системі бухгалтерського обліку.

Зважаючи на специфіку та складність обліку іноземних інвестицій за останні роки захищено всього декілька дисертацій, окремі з яких навіть не за спеціальністю «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Дослідження цих та інших наукових робіт дало можливість узагальнити низку проблем, що стримують іноземних інвесторів [2–4] (табл. 1).

Таблиця 1. Характеристика проблем, пов'язаних з інвестуванням в Україну

Група проблем	Характеристика
правові	нагромадження законодавчих актів щодо прямого іноземного інвестування; недостатній рівень державної підтримки інвестиційної діяльності та розвинутої системи підготовки інвестиційних програм і проєктів для залучення державних інвестицій та ін; відсутність чіткої державної стратегії щодо заохочення інвестицій; високий рівень корупованості та бюрократизму в органах державної влади
облікові	неузгодженість термінологічного апарату податкового законодавства і бухгалтерського обліку; відсутність положень щодо документального оформлення прямих іноземних інвестицій; відсутність рахунків для обліку інвестицій іноземних інвесторів; система бухгалтерського обліку, що орієнтується на потреби податкових органів, а не на інформаційне забезпечення інвесторів;
загально-економічні	несприятливий інвестиційний клімат в Україні; високий рівень інфляції; невисокий рівень розвитку інфраструктури, яка могла б забезпечити швидкий оперативний зв'язок України з іншими країнами

Поряд з політичною та економічною нестабільністю, які стримують приплив іноземних інвестицій в Україну, проблемою є неякісне інформаційне забезпечення інвесторів, основним джерелом якого є дані бух-

галтерського обліку. Для цього необхідно вирішити нагальні завдання:

- узгодження податкового законодавства із вимогами міжнародної спільноти;
- необхідність переходу на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку;
- розробка положень щодо документального оформлення прямих іноземних інвестицій;
- удосконалення методики обліку інвестицій іноземних інвесторів.

На підставі вищевикладеного варто зазначити, що питання залучення та використання іноземних інвестицій в економіку України постає комплексно. Усунення хоча б частки цих проблем, дасть можливість задовольнити інформаційні потреби інвесторів, підвищити рівень довіри до економіки України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України [стат. збірник] / Державна служба статистики України, 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Сагова С. В. Облік і аналіз іноземних фінансових інвестицій (на прикладі суб'єктів підприємницької діяльності України) : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / С. В. Сагова ; Київський нац. економ. ун-т ім. В. Гетьмана. – Київ, 2006. – 23 с.
3. Прибега І. Є. Облік і аналіз іноземних інвестицій: методика та організація (на прикладі підприємств швейної промисловості України): автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / І. Є. Прибега ; Терноп. нац. екон. ун-т. – Тернопіль, 2000. – 17 с.
4. Гончаренко О.О. Облік і аудит інвестиційної діяльності : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / О. О. Гончаренко ; Київський нац. економ. ун-т ім. В. Гетьмана. – Київ, 2005. – 26 с

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ

І. С. Єщенко, ОА-11;

В. Л. Вороніна, науковий керівник, к. е. н, доцент

кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В останні роки швидкий розвиток науки і техніки, широке використання Інтернету сприяли формуванню так званого «інформаційного суспільства». В інформаційному суспільстві головний ресурс комунікації – інформація, що і стало причиною появи електронних документів, електронного документообігу, електронного цифрового підпису та нових носіїв інформації.

Під поняттям «електронний документ», відповідно до Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг», ро-

зумітимемо документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, серед яких обов'язкові реквізити документа [1].

Електронний документообіг (обіг електронних документів) – сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів [1].

Зауважимо, що на теперішній момент в Україні економічно та технічно обумовлено паралельне використання електронних та паперових документів. Електронний документообіг має безліч переваг перед паперовим. До основних слід віднести: скорочення строків підготовки і погодження документів, відстеження руху документопотоків; швидкість надходження документів до адресатів, оперативність пошуку; зручність редагування і архівації документів, прискорення проведення численних комерційних операцій; заощадження часу співробітників і витрат підприємства, пов'язаних з укладенням договорів, оформленням платіжних документів, поданням звітності, отриманням довідок від різних державних установ тощо; зменшення витрат на обробку паперу, на устаткування, на підтримку процесу обробки; зниження потреби в канцелярських предметах; забезпечення захисту від втрати або ушкодження, зберігання ключової інформації на оптичних або магнітних носіях; компактність, швидкість і дешевизна копіювання дозволяють робити і зберігати стільки копій інформації, скільки потрібно для забезпечення надійності бізнесу; захист від несанкціонованого доступу; можливість більш ефективно управляти важливою інформацією, збереженою в електронному вигляді; забезпечення комунікаційної інфраструктури передачі інформації між співробітниками; звільнення реальної, фізичної площі, необхідної для зберігання документів, забезпечення необхідних умов для зберігання паперових документів тощо.

Як паперові, так і електронні документи мають свої переваги і одночасно і обмеження, пов'язані з носієм інформації.

Проблем формування електронного документообігу наведені у таблиці 1.

Таблиця 1 – Проблеми електронного документообігу та шляхи їх вирішення

Проблема	Зміст проблеми	Шляхи вирішення
Правильність ведення документування в обліковому процесі	Перехід до електронного документообігу, призводить до постійних збоїв роботі облікового програмного забезпечення	Впровадження електронного документообігу, який враховував би особливості обліку підприємства та структуру бухгалтерської комп'ютерної системи

Проблема	Зміст проблеми	Шляхи вирішення
Юридична обґрунтованість облікових даних, юридична доказовість електронних документів	На законодавчому рівні не розроблено єдиних нормативно – правових актів, та методології щодо регулювання використання електронних документів	Розробка пакетів законодавчих актів, які б регулювали порядок ведення та обігу електронних документів
Відповідність реквізитів електронного документа прийнятим стандартам	Відсутність законодавчо затвердженого переліку обов'язкових реквізитів первинних документів	Крім загальновикористаних реквізитів можливо застосовувати електронний підпис та додаткові реквізити документу, затверджені у внутрішніх нормативних документах підприємства
Контроль за правами доступу	Користувачі бухгалтерської комп'ютерної системи можуть мати доступ до інформації, на користування	Необхідно розмежовувати доступ до інформації для відповідних користувачів за рахунок використання різних засобів захисту
Захист електронного документа і його реквізитів	При зберігання електронного документа можливе його псування чи видозміна	Захист електронного документа необхідно забезпечувати різними апаратними і програмними засобами

Отже, організація електронного документообігу є головною передумовою успішного виконання функцій обліку, підвищує оперативність обробки інформації, необхідної для управління.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про електронні документи та електронний документообіг [Електронний ресурс] : Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV (із змінами і доповненнями) // База даних інформаційно-правової системи «ЛІГА». – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua/>. – Назва з екрана.

УСКОРЕНИЕ ИНКАССАЦИИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ КАК СПОСОБ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Ю. В. Белова, студентка гр. Бс-21;

Т. П. Винокурова, научный руководитель, ст. преподаватель,
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»

По данным Белстата дебиторская задолженность организаций Республики Беларусь на 1.01.2017 года составила 29 458,1 млн р., а на

1.01.2016 года 26 982,2 млн р., то есть темп прироста составил 9,2 %, в том числе просроченная дебиторская задолженность составила 7 806,1 млн р., на 1.01.2017 года, что на 29,2 % больше к аналогичному периоду 2016 года.

Согласно Основным положениям программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [1] инструментом экономической политики Республики Беларусь в части финансового оздоровления реального сектора экономики указано ускорение оборачиваемости дебиторской задолженности с целью ликвидации дефицита собственных оборотных средств организаций.

По нашему мнению, прирост дебиторской задолженности произошел из-за ухудшения эффективности расчетов внутри Беларуси. Увеличение дебиторской задолженности свидетельствует о неосмотрительной кредитной политике организаций по отношению к покупателям и неплатежеспособности части покупателей.

Организация в поисках новых покупателей не должна забывать о собственных экономических интересах. Ведь завлечь потребителя низкой ценой – это одно, и совсем другое – не остаться при этом в накладе. Торговая скидка – скидка с цены товара, предоставляемая продавцом покупателю в связи с условиями сделки и в зависимости от текущей конъюнктуры рынка. Для ускорения инкассации дебиторской задолженности считаем целесообразным использовать организациями скидки за ускорение оплаты.

Скидка за ускорение оплаты – мера снижения стандартной продажной цены, которая гарантируется покупателю, если он произведет оплату приобретенной партии товара ранее установленного договором срока.

Именно скидки являются одним из гибких инструментов маркетинговой политике хозяйствующего субъекта.

Схема скидки за ускорение оплаты включает следующие элементы:

- собственно количественную величину скидки;
- срок, в течение которого заказчик имеет возможность воспользоваться такой скидкой;
- срок, в течение которого должна быть произведена оплата всей суммы задолженности за отгруженную продукцию (товары), если заказчик не воспользуется правом на получение скидки за ускорение оплаты.

В договоре поставки такая скидка может быть записана в следующем виде: «2/6 нетто 30». И это будет означать, что покупатель обязан произвести полную оплату за отгруженную продукцию в течение 30 календарных дней. Но если он произведет оплату в течение первых 6 дней этого срока, то имеет право автоматически уменьшить сумму платежа на 2 %, то есть воспользоваться скидкой за ускорение оплаты.

Величина ставки за ускорение платежа обычно определяется двумя факторами: уровнем таких ставок, традиционно сложившимся на рынке производителей реализуемой продукции, и уровнем банковских процентных ставок за кредиты на пополнение оборотных средств.

Связь скидки за ускорение оплаты с ценой кредитных ресурсов вполне логична. Если продавец не может добиться ускорения погашения дебиторской задолженности, то ему приходится пополнять свои оборотные средства преимущественно именно за счет кредита. По данным Белстата на 1.01.2017 года остаток кредитной задолженности организаций Республики Беларусь составил 58 612,5 млн р. Ускорение оплаты за отгруженную продукцию сокращает потребность в привлечении средств и обеспечивает экономию за счет уменьшения суммы процентных платежей.

Такое превышение уровня скидки над ценой кредитов оправдывается большим положительным эффектом, который ускоренная оплата оказывает на финансовое состояние организации-продавца. При этом возникает эффект в силу того, что досрочные платежи:

- ускоряют поступление денежных средств на счет исполнителя и улучшают структуру его баланса, что существенно для получения им самим кредитов, а также влияет на оценку позиции организации инвесторами;
- уменьшают кредитные риски, связанные с дебиторской задолженностью, и повышают надежность финансового планирования;
- сокращают затраты субъекта хозяйствования на организацию сбора дебиторской задолженности.

Список использованных информационных источников

1. Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/dadvfiles/001252_122016_1.pdf – Дата доступа: 10.03.2017.

СЕКЦІЯ 3 ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ И РЕСПУБЛИКИ АНГОЛА

Кета Жермана Жозефина Да Роша,
Кета Криманеза Паула Да Роша, ОА -51М;
В. О. Подольська, науковий керівник, доцент
кафедри бухгалтерського обліку та аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»

Если сравнивать системы бухгалтерского учета, то по многим признакам Украину и Анголу можно отнести к странам континентальной

модели. Перед обоими государствами стоит задача полного перехода к международным стандартам финансовой отчетности. Необходимо отметить, что Ангола не является членом Комитета по международным стандартам финансовой отчетности, поэтому международные стандарты применяют, главным образом, транснациональные корпорации, имеющие филиалы в стране.

В международных стандартах финансовой отчетности финансовая отчетность определяется как структурированное представление информации о финансовом положении и финансовых результатах деятельности организации. По общему плану бухгалтерского учета Анголы финансовой отчетностью именуется документальное представление финансового положения и финансовых результатов организации. В связи с этим финансовая отчетность используется как способ предоставления информации о финансовом положении, результатах деятельности и изменениях в финансовом положении юридического лица, необходимой для принятия управленческих решений широким кругом пользователей. Задача финансовой отчетности состоит в представлении информации о финансовом положении, финансовых результатах и движении денежных средств, которая может оказаться полезной для широкого круга лиц при принятии решений. Финансовая отчетность представляет следующую информацию об организации: активы; обязательства; капитал; доходы и расходы, включая прибыли и убытки; прочие изменения капитала; денежные потоки.

Рассмотрим перечень форм, из которых состоит финансовая отчетность Республики Ангола (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика форм финансовой отчетности Украины и республики Ангола

Финансовая отчетность	МСФО 1	Украина	Республика Ангола
Баланс	+	+	+
Отчет о финансовых результатах	+	+	+
Отчет о движении денежных средств	+	+	+
Отчет о движении капитала	+	+	—
Пояснительная записка / Примечания	+	+	+

Несмотря на то, что в Общем плане бухгалтерского учета Анголы нет Отчета о движении капитала, информация о нем раскрывается в примечаниях, а составление отчета о движении денежных средств не является обязательным. В соответствии с Законом «О бухгалтерском учете» акционерные общества открытого типа, банки и другие кредитные организации, страховые организации, биржи, инвестиционные и иные фонды, созданные за счет частных, общественных и государ-

Так же как и в Украине, порядок публикации бухгалтерской отчетности устанавливается Министерством финансов Анголы и органами, которым законом предоставлено право регулирования бухгалтерского учета (рис. 1).

Рисунок 1 – Публикация финансовой отчетности в
Республике Ангола

Бухгалтерский учет в Анголе находится на стадии активного реформирования и переориентации на международно-признанные стандарты. Для определения вектора дальнейшего развития учета в Анголе необходимо исследовать накопленный опыт регулирования бухгалтерского учета в зарубежных странах с целью возможного применения в условиях реформирования системы учета и отчетности.

1. Magro J., Magro A., Manual de contabilidade Angolano: porto-uniarte grafica, 2008. – 468 p.
2. Praticas De Contabilidade Angola. – Angola : Texto Editores, Lda., 2009. – 191 p.

2. Vigario A. Consulta Contabilisita. – Angola : Texto Editores, Lda, 2007. – 123 p.
3. Costa C. B., Alves G. C., Contabilidade Financeira. – Lisboa : Rei dos livros, 2008. – 1170 p.

ГАРМОНІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК ПРИСКОРЕННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

І. М. Тронеєвська, ОА-61кв;

***В. О. Подольська, науковий керівник, доцент
кафедри бухгалтерського обліку та аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»***

Економіко-політичні об'єднання країн відкривають багато перспектив для своїх членів. І Європейський Союз (ЄС) не є виключенням. На меті ЄС є створення єдиного політичного, монетарного та економічного союзу. Інтеграція України до ЄС має свої переваги і для України, і для Європейського Союзу. Для нашої держави важливого значення набувають як процес її послідовного наближення до ЄС, так і стратегічний результат цього процесу – повноправне членство в ЄС.

Економічний напрям інтеграції України з країнами ЄС полягає у необхідності удосконалення системи бухгалтерського обліку і фінансової звітності. Впровадження світових ринкових механізмів в управлінні підприємницькою діяльністю українських суб'єктів господарювання, розвиток міжнародного співробітництва обумовлює жорстку конкуренцію, що вимагає від них високої власної конкурентної позиції. Тому за цих обставин значно зростає попит на фінансову інформацію, основним джерелом якої є бухгалтерська фінансова звітність.

У сучасному економічному житті досить актуальним є питання забезпечення суб'єктів господарювання прозорою та достовірною фінансовою звітністю, яка б могла збільшувати рівень довіри до її інформації з боку зарубіжних та вітчизняних контрагентів, а саме на неї повинні бути покладені такі завдання як: деталізація показників звітності, їх взаємоузгодженість, можливість співставності за різними формами.

Зазначимо, що введення НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»[1] дало змогу поліпшити вітчизняний облік та робить його прозорим, достовірним та, найголовніше, зрозумілим внутрішнім і зовнішнім користувачам бухгалтерської інформації.

Інтеграція України до світової економіки може вважатися успішною лише за умови, якщо вчасно буде проведено повне реформування фінансової звітності до міжнародних стандартів та будуть узгоджені всі адаптаційні питання. Саме для вирішення питання з адаптації національної системи бухгалтерського обліку і фінансової звітності до

міжнародних стандартів у сучасних умовах Кабінетом Міністрів України була прийнята Постанова про затвердження «Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів» від 28 жовтня 1998 року № 1706. Це було першим етапом реформування бухгалтерського обліку в Україні. Дивлячись на сьогоднішній стан системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні, констатуємо, що адаптаційний процес здійснено досить успішно і за період незалежності країни можна виділити сім вагомих етапів, які суттєво впливали на зміну і стан системи обліку і звітності

Всі ці етапи були здійснені для того, щоб країна могла відчувати на собі всі переваги застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) [2] та знищити ще одну перепону перед вступом до Європейського Союзу (рис. 1).



Рисунок 1. Переваги застосування МСФЗ в Україні

МСФЗ є досить ефективним інструментом для створення достовірної бази інформації, тобто вони забезпечують зростання прозорості і зрозумілості інформації, яка відображає і розкриває діяльність підприємств, сприяє розкриттю фінансових ризиків у суб'єктів, а також дає змогу зробити порівняння результатів їх діяльності з метою отримання найповнішої оцінки їх потенціалу та прийняттю відповідних управлінських рішень.

Таким чином, МСФЗ мають якісний вплив на процес управління підприємства і надають нові можливості та переваги перед існуючими й майбутніми конкурентами та інвесторами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] : текст із змін. станом на 08.02.2014 р. / М-во фінансів України. –

Режим доступу: <http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO1.aspx> – Назва з екрана.

2. Міжнародні стандарти фінансової звітності: міжнародний документ від 01.01.2012 р. [Електронний ресурс]: ред. станом на 12.03.2013 р. / М-во фінансів України. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_010 – Назва з екрана.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

А. А. Синявська, ОА – 51м;

В. О. Подольська, науковий керівник, доцент
кафедри бухгалтерського обліку та аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»

Проблеми створення економічної безпеки на українських підприємствах наразі особливо актуальні. Зазначимо, що широко застосовувана в практичній діяльності управлінських структур західних країн економічна безпека підприємства лише поверхово досліджена вітчизняними науковцями.

Актуальність проблеми забезпечення економічної безпеки підприємництва в Україні набуває також особливої гостроти внаслідок існування таких причин: недосконалого конкурентного середовища, бюрократичних та обтяжливих процедур державного нагляду у сфері господарської діяльності; надмірного рівня криміналізації та тінізації економіки; недостатнього рівня соціальної відповідальності бізнесу тощо.

Взагалі, немає єдиного визначення понять «економічна безпека підприємства» (ЕБП), «економічна безпека». Найбільш адекватним є визначення ЕБП як стану захищеності діяльності підприємства від всіх видів загроз, як зовнішніх, так і внутрішніх, при якому забезпечується стабільне функціонування і прогресивний розвиток підприємства, що досягається шляхом максимально ефективного використання наявних ресурсів і швидкої адаптації до умов середовища, що змінюються.

В науковій економічній літературі відсутній єдиний підхід щодо методики проведення оцінювання економічної безпеки підприємства. Відповідно необхідним є формування переліку вимог, яким має відповідати методика оцінки рівня економічної безпеки вітчизняних підприємств, а саме:

1. Динамічність (врахування змінного середовища існування підприємства).
2. Репрезентативність (відображення найбільш суттєвих показників, що впливають на рівень економічної безпеки підприємства).
3. Достовірність (адекватність відображення стану складової безпеки).

4. Інформаційна доступність (використання під час розрахунку офіційних статистичних даних, звітності підприємства та публічних експертних оцінок).

5. Врахування найбільш важливих складових економічної безпеки для підприємства.

Економічна безпека – напрочуд багатогранна категорія, тому її оцінка потребує врахування якомога більшої кількості критеріїв для отримання адекватних результатів.

Аналізуючи підходи різних авторів до оцінки економічної безпеки підприємства, можна прослідкувати декілька підходів, що сформувались на сьогоднішній момент, зокрема:

- підхід на основі аналізу фінансового стану підприємства;
- прибутково-інвестиційний підхід;
- тримірний підхід;
- ресурсно-функціональний підхід;
- індикаторно-індексний підхід.

Кожен з підходів має свої як переваги так і недоліки. Проаналізувавши всі підходи до оцінки економічної безпеки підприємства нами виділено ряд спільних переваг та недоліків.

Зокрема, серед спільних переваг слід виділити:

- доступність даних (фінансова звітність);
- простота визначення;
- охоплення різних сторін діяльності підприємства.

Головним загальним їх недоліком є великий обсяг розрахунків.

Аналіз розглянутих підходів до оцінки економічної безпеки підприємства дає можливість зробити висновок, що жоден з них не можна вважати всеохоплюючим. При цьому кожен підхід має певні переваги та недоліки. Можливість застосування будь-якого з розглянутих підходів залежить безпосередньо від інтересів власників підприємства, мети функціонування підприємства, стратегії розвитку підприємства тощо.

Список використаних інформаційних джерел

1. Іванюта Т. М. Методичні підходи до аналізу економічної безпеки підприємств : [автореферат] / Т. М. Іванюта // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова Т. 18, вип. 1/1, 2013 р.
2. Халіна В. Ю. Методичний підхід щодо оцінки рівня економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / В. Ю. Халіна. – Режим доступу: http://www.chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2014/v1/NV-2014-V1_22.pdf. – Назва з екрана.
3. Лебедко С. А. Систематизація теоретичних підходів до визначення поняття «Економічна безпека підприємства» [Електронний ресурс] / С. А. Лебедко. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/39.pdf. – Назва з екрана.

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

**В. Кисельова, О. Корна, О. Шмигленко, ОА -51м;
В. О. Подольська, науковий керівник, доцент
кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

Підвищення рівня вимог суспільства до результатів діяльності вищих навчальних закладів, а також зміна самого характеру такого суспільного запиту актуалізує проблему соціальної відповідальності вузів і підготовку нефінансової звітності, перед державою та іншими зацікавленими сторонами.

Нефінансова звітність – це документально оформлена сукупність даних організації, що відображає середовище її існування, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності компанії в економічній, соціальній та екологічній сферах.

В умовах ринкової економіки, коли надання освітніх і науково-дослідних послуг розглядається і як сфера бізнесу, діяльність університетів неминуче оцінюється з точки зору їх корпоративної соціальної відповідальності, яка тісно пов'язана з підготовкою університетом нефінансової звітності.

Нефінансова звітність в Україні має значний незадіяний потенціал, а найгостріше це відчувається серед вузів країни, не зважаючи на невелику кількість компаній, які звітують. Найважливішою перевагою такого звітування є те, що даний процес допомагає ВУЗу краще зрозуміти свої нефінансові ризики та провести їх детальну оцінку.

Ідея випуску корпоративного соціального звіту з'явилася за кордоном більше 20 років тому. Складання нефінансової звітності було ініційовано у відповідь на тиск неурядових організацій, які стверджували, часто вельми агресивно, що багато компаній ведуть бізнес безвідповідально по відношенню навколишнього середовища та суспільству.

У вузівському середовищі одним з найзнаменитіших «нефінансових звітів» став маніфест Чиказького університету, присвячений ролі університетів в політичному і соціальному житті. Маніфест був розроблений в 1967 р. комітетом, в який входили провідні вчені університету під керівництвом професора права Харрі Калві, і називався «Report on the University's Role in Political and Social Action».

У маніфесті було заявлено, що «університет відіграє значну і унікальну роль в успішному розвитку соціальних і політичних цінностей суспільства. Ця роль визначається особливою місією університету, яка полягає в знаходженні, удосконаленні і поширенні знань».

Цікаво, що Каліфорнійський університет Берклі, який пережив гарячі дні під час студентських страйків, випускає зараз спеціальний

бюлетень для громадськості «A Newsletter for Neighbors of The University of California». У ньому є спеціальний розділ, присвячений впливу університету на життя місцевої громади, при цьому акцент зроблений на соціальну та економічну користь суспільству, в першу чергу – жителям найближчих районів.

У Росії Владивостоцький державний університет економіки і сервісу (BLUEC) першим серед вузів Росії зробив соціальний звіт за підсумками роботи в 2005–2006 рр., за що і отримав вітальний лист від президента Російського союзу промисловців і підприємців А. Н. Шохіна.

Найважливішою перевагою такого звітування є те, що даний процес допомагає ВУЗу краще зрозуміти свої нефінансові ризики та провести їх детальну оцінку. Дослідження показали, що оприлюднення нефінансового звіту значно впливає на сприйняття ВУЗу читачами звіту.

Полтавський університет економіки і торгівлі розташований у центральній частині Полтави, духовній столиці України, акредитований за IV рівнем ДАК України, його обрали для фахової підготовки тисячі студентів із різних регіонів України та світу. До складу викладацького корпусу входить більше 58 докторів наук та професорів, 270 кандидатів наук та доцентів.

Нашому рідному університетові ПУЕТ слід замислитись над тим, щоб оприлюднювати такі звіти на своєму офіційному сайті у вигляді електронних журналів, як для студентів та їх батьків, так і для потенційних членів нашої дружної родини.

Варто відзначити, що робота над звітом займає досить багато часу і вимагає відповідного висококваліфікованого персоналу. Але ми виходимо з того, що витрати на складання звіту – це не витрати, а інвестиції в стійке майбутнє нашого університету.

Список використаних інформаційних джерел

1. Воробей В. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу [Електронний ресурс] / В. Воробей, І. Жуковська ; Представництво ООН в Україні. – Київ : Інжиніринг, 2010. – 82 с. – Режим доступу: www.sbv.org.ua. – Назва з екрана.
2. Костирко Р. О. Інтегрована модель звітності компаній: передумови, принципи, складові / Р. Костирко // Економіка України. – 2013. – № 2. – С. 18–28.
3. Dhaliwal D. S. Nonfinancial Disclosure and Analyst Forecast Accuracy: International Evidence on Corporate Social Responsibility Disclosure / D. S. Dhaliwal, S. Radhakrishnan, A. Tsang, Y. G. Yang // The Accounting.

ОСОБЛИВОСТІ ТРЕНДОВОГО АНАЛІЗУ ДОХОДУ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Т. В. Чижик, ОА-41;

Н. І. Самбурська, науковий керівник, к. е. н., доцент
кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»

Аграрний сектор є важливою стратегічною галуззю національної економіки України. Станом на кінець 2016 року продукція сільськогосподарського комплексу (включаючи мисливство та лісове господарство) у ВВП країни склала близько 18 % (не враховуючи територію Криму, м. Севастополь та зону АТО). У цій галузі станом на 2016 рік близько 45,4 тисяч підприємств та 17 % зайнятого населення України [1]. Утім, проблемою залишається їх збиткова діяльність. У 2016 році підприємства, які одержали чистий прибуток становили 88,9 %, а збиток – 11,1 %. З огляду на це, особливого значення набуває необхідність управління доходом від реалізації сільськогосподарських підприємств. З одного боку, за рахунок цього показника можна планувати фінансовий результат, а отже, і рентабельність, а з іншого, – він є першим етапом на шляху розробки планів забезпечення виробничого процесу. Утім, побудову та вибір тренда часто сприймають як формальність, хоча виділення трендів, що корелюють із динамікою реальних факторів, які, в свою чергу, впливають на прогнози, підвищуючи їх достовірність, робить їх більш зрозумілими для сприйняття. У контексті потреб управління сільськогосподарськими підприємствами набувають актуальності математичні методи, що практично позбавлені суб'єктивізму та надають можливості для прогнозування результативних показників.

Під час побудови лінійного графіка доходу від реалізації суб'єкта дослідження – ТОВ «Агрофірма Миколаївка» спостерігалися як незначні коливання, так і постійна зміна швидкості перетворень, що зумовлено специфікою діяльності сільськогосподарських підприємств. Серед факторів, що впливають на динаміку доходу від реалізації сільськогосподарської продукції можна виділити нестачу власних коштів для здійснення фінансово-господарської діяльності, недостатню забезпеченість та зношеність матеріально-технічної бази, тобто періодичність проведення ремонтів; наявність на ринку дешевших імпортованих продуктів харчування низької якості та за низькими цінами; сезонність виробництва. Всі вони впливають на достовірність показника тренду. При цьому при прогнозуванні використано лінійну, логарифмічну, степеневу, поліноміальну та експоненційну функції тренду. Утім, коефіцієнти детермінації цих моделей коливалися в межах від 0,72 до 0,81.

З метою підвищення надійності моделі тренду, виявлення величини

циклу, сезонності автором використано адитивну модель прогнозування, яку представлено у вигляді формули (1):

$$Y = T + S \pm E, \quad (1)$$

де T – прогнозований показник (тренд);

S – сезонна складова;

E – похибка прогнозу.

У результаті розрахунків виявлено, що найбільш точними моделями, які мають найменший вплив випадкової складової є 2 – модель із степеневим трендом та модель із лінійним трендом. Точність цих моделей вдалося підвищити: точність моделі з лінійним трендом найвища до 90,0 %; зі степеневим – 82,2 %.

Результати розрахунків за лінійним трендом наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Прогнозні значення чистого доходу від реалізації продукції на 2016 р. для ТОВ «Агрофірма Миколаївка», тис. грн

Тренд на 2016 р.	Лінійний тренд	Сезонна компонента	Прогнозні значення	Довірчий інтервал	
				–	+
1 кв.	5 323,65	1 120,47	6 444,12	6 366,69	6 521,54
2 кв.	5 540,04	–61,40	5 478,64	5 412,82	5 544,46
3 кв.	5 756,44	–446,31	5 310,13	5 246,330	5 373,92
4 кв.	5 972,84	–612,74	5 360,09	5 295,70	5 424,49

Таким чином, з метою врахування циклічності досліджуваного ряду з поквартальною періодичністю необхідно застосовувати адитивну модель. Застосування такого алгоритму аналізу дає результати з високим ступенем надійності та з незначними абсолютними та відносними похибками.

Список використаних інформаційних джерел

1. Державна служба статистики України / Статистичні матеріали по Україні [Електронний ресурс] / 2016 р. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

НАПРАВЛЕНИЯ УКРЕПЛЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

М. С. Тюкало, гр. Б-31;

**Ю. В. Харитонова, научный руководитель, к. э. н., УО «Белорусский
торгово-экономический университет потребительской кооперации»**

Платежеспособность организации является основным критерием оценки финансового состояния организации. Для собственников орга-

низации недостаточная платежеспособность может означать уменьшение прибыльности, потерю контроля и частичную или полную потерю вложений капитала. В случае, когда собственники несут неограниченную ответственность, их убытки могут даже превысить первоначальные вложения. Для кредиторов недостаточная платежеспособность у должника может означать задержку в уплате процентов и основной суммы долга или частичную либо полную потерю ссуженных средств. Возникает проблема повышения платежеспособности, которая может решаться двумя путями: во-первых, коррекцией структуры источников финансирования в направлении увеличения более устойчивых и уменьшения самых краткосрочных, а именно кредиторской задолженности и, во-вторых, сокращением потребности в финансовых источниках за счет избавления от неработающих активов и ускорения оборачиваемости работающих.

Ниже представлены следующие конкретные меры, которые могут быть предложены организации для повышения платежеспособности:

- увеличение собственного капитала за счет нераспределенной прибыли. Разработка дивидендной политики, обеспечивающей развитие организации за счет нераспределенной прибыли;
- увеличение уставного капитала собственниками и третьими лицами;
- предоставление безвозмездной финансовой помощи учредителями;
- предоставление организации учредительных займов, желательно долгосрочных. Формально эта мера не улучшает структуру баланса, поскольку увеличивает обязательства организации, но фактически устойчивость бизнеса растет, поскольку увеличиваются средства участников в структуре финансирования;
- привлечение банковских кредитов, желательно долгосрочных;
- если есть проблема с дебиторами, то для уменьшения дебиторской задолженности в дальнейшем рекомендуется работать только с проверенными дебиторами, возврат задолженности которых не нарушал сроков и требований договоров;
- если в организации произойдет, например, что группа быстро реализуемых активов меньше группы краткосрочных пассивов, то для улучшения этого следует заменить краткосрочные обязательства более долгосрочными, что поможет организации покрыть часть краткосрочных обязательств;
- снижение себестоимости реализуемой продукции: сокращение затрат за счет повышения уровня производительности труда, экономного использования сырья, материалов, оборудования и т. д.; сокращение затрат установленных по каждой статье расходов за счет конкретных организационно-технических мероприятий, которые будут спо-

способствовать экономии зарплаты, материалов, энергии и т. д. Достижение компромисса – дело чести финансового менеджера и эта задача решается в каждом конкретном случае по-разному, в т. ч. исходя из текущей конъюнктуры (нужно взять кредит, и потому надо улучшить ликвидность) и стиля руководства. Последнее немаловажно для выработки нормативов для показателей мониторинга.

Таким образом, совершенствование методик анализа платежеспособности и ликвидности организации в условиях современной экономики обеспечит эффективное функционирование организации как на макро-, так и на микроуровне и позволит принимать эффективные управленческие решения для увеличения благосостояния организации.

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ДжЕРЕЛО АНАЛІЗУ СТАНУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ КОМПАНІЇ

К. Ю. Ширкова, ОА-41:

**Г. О. Соболев, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

Останніми роками поширення набувають форми нефінансової звітності, що розробляються й оприлюднюються ініціативною групою представників бізнесу. Європейська практика підтверджує, що подання зацікавленим користувачам інформації в такому форматі слугує підвищенню ефективності корпоративного управління, сприяє прозорості бізнесу, стимулює удосконалення бізнесів-процесів.

У розвинених країнах із 250 компаній нефінансові звіти готують 80 % компаній; у країнах, що розвиваються – 45 % із 2 200 компаній. Нефінансова звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн і має значний потенціал для розвитку. В Україні лише 10 % компаній із 100 найбільших за обсягами чистого доходу готують і публікують нефінансові звіти.

Зміст стандартизованих нефінансових звітів, як правило, зводиться до системи економічних, екологічних і соціальних показників діяльності підприємства. Трудові ресурси виступають стимулюючим фактором ефективного розвитку компанії. Пасивний, неадаптований до змін кадровий потенціал суб'єктів бізнесу є причиною низької ефективності праці. В умовах конкурентоспроможного бізнесу інтелектуальні та професійні здібності персоналу визначають можливості компанії ефективно функціонувати.

Для вивчення змістовності розкриття показників нефінансової звітності для цілей аналізу використання трудових ресурсів, було досліджено досвід провідних компаній на ринку України: Lifecell, Ernst & Young Global Limited, корпорації «Оболонь», компанії «Кока-кола», ПАТ «Мотор Січ», ПрАТ «Монделіс Україна».

Кожна з компаній у нефінансовому звіті розкриває умови праці та соціальний пакет для персоналу. Компанії Life, Ernst & Young детально характеризують склад персоналу за статтю та віком, статеве співвідношення працівників у керівному складі (табл. 1), подають інформацію про плінність кадрів.

Таблиця 1 – Оприлюднення інформації про склад трудових ресурсів у нефінансовій звітності провідних компаній України

Компанія	Чисельність персоналу, осіб	Якісний склад персоналу								
		стать, %		керівний склад, %		вік			плінність кадрів, %	
		чоловіки	жінки	чоловіки	жінки	до 30 років	30-50 років	> 50 років	чоловіки	жінки
Life	1 108	71	29	70	30	425	645	38	72	28
Ernst & Young	569	41	59	80	20	≈80	x	x	39	61
Оболонь	5 296	71	29	x	x	32	40	28	x	x
Кока-Кола	1 285	82	18	x	x	36	57	7	x	x
ПАТ «Мотор Січ»	25 528	x	x	x	x	30	40	30	x	x

Кока-Кола підкреслює відповідність політики управління персоналом стандартам з охорони праці, здоров'я, професійної та технічної безпеки OHSAS 18001 і наводить додаткову інформацію про рівень виробничого травматизму та професійних захворювань (6 випадків), відсутність нещасних випадків зі смертельними наслідками, кількість пропущених днів і прогулів через захворювання (6079).

ПАТ «Мотор Січ» приділяє ґрунтовну увагу якійсній структурі персоналу за функціональним розподілом обов'язків: основні та допоміжні робітники (59,5 %), інженерно-технічні працівники (33,5 %), відділ технічного контролю (4,9 %), інші категорії (2 %); за освітою: вища (33 %), середня спеціальна (21 %), професійно-технічна (26 %), середня (20 %). Крім того, ПАТ «Мотор Січ» оприлюднено середню заробітну плату промислово-виробничого персоналу та робочих основних цехів.

Інші компанії більш обережно поставились до оприлюднення інформації про персонал. Так, ПрАТ «Монделіс Україна» у нефінансовій звітності позиціонує себе як компанію із плінністю кадрів 4 %. Створенню позитивного іміджу компанії сприяє статистика ставлення персоналу до політики компанії: 99 % працівників вважають компанію одним із кращих працедавців, 95 % – розуміють конкурентні переваги компанії, 99 % – готові порекомендувати компанію друзям та знайо-

мим. Однак вказана інформація є обмеженою для повноцінної аналітичної оцінки стану трудових ресурсів компанії.

Таким чином, показники нефінансових звітів більшості компаній є джерелом аналізу стану трудових ресурсів, але в обмеженому розрізі аналітичних ознак. Достовірність показників плинності кадрів визначається прозорістю процедури підготовки нефінансових звітів. Застосування лише показників нефінансових звітів унеможливує аналітичну оцінку ефективності використання трудових ресурсів, але доповнює уявлення користувачів звітів про стан соціальної відповідальності керівництва компанії перед персоналом.

АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНАЛІЗУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВ ГІРНИЧОДОБУВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

А. В. Рубан, ОА-41;

*Г. О. Соболев, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»*

Зміна пріоритетів в управлінні ефективністю використання виробничих запасів зумовлює необхідність удосконалення підходів до організації аналітичної роботи у цьому напрямі. Для гірничо-збагачувальних комплексів управління виробничими запасами має надзвичайне значення. Провідна роль у забезпеченні економічної стабільності міста Горішні Плавні належить ТОВ «Єривтський ГЗК», що входить до групи компанії Fergexro. Запаси Єривтського родовища складають 632 млн тон. Крім того, з урахуванням освоєння північної (ще не розвіданої) території – оціночно понад 1 млрд тон. Інвестиції в розробку кар'єру близько \$ 400 млн.

Основною сировиною для виготовлення залізорудного концентрату, окатишів, є руда. Руда характеризується високою мінливістю природної якості мінералів, умов їх залягання, кількісного співвідношення різновидів. Руду на збагачувальну фабрику подають одночасно з декількох екскаваторних блоків, робочих горизонтів, кар'єрів, формуючи у середньому її незмінний рівень збагачуваності. Все це вимагає оперативного контролю процесів гірничо-збагачувального виробництва, та аналізу стану й ефективності використання виробничих запасів. У протилежному випадку це призводить до додаткових втрат сировини, збільшення виходу готової продукції низької якості.

Базові положення аналізу виробничих запасів – мета, завдання, процедури – підпорядковуються цілям управління виробничими запасами ТОВ «Єривтський ГЗК» та стилю керівництва, узгоджуються із рухом інформаційних потоків підприємства, визначаються взаємодією центрів відповідальності, рівнем кваліфікації користувачів інформації.

Обов'язково враховується економічна та матеріальна природа виробничих запасів, їх здатність переносити вартість на продукцію в межах одного виробничого циклу.

Метою аналізу виробничих запасів ТОВ «Єривтський ГЗК» є аналітичне обґрунтування управлінських рішень з підвищення ефективності їх використання на основі комплексної оцінки впливу економічних чинників. Увагу аналітичної роботи перенесено на перспективні завдання управління: аналітичне передбачення, прогнозування, планування, бюджетування. Мета та завдання аналізу виробничих запасів не обмежуються окремою ситуацією на ринку.

Модель організації аналізу виробничих запасів визначає управлінські завдання, аналітичні процедури й економічні наслідки реалізації поставленого завдання. Завдання може бути реалізовано повністю, частково, не реалізовано, що зумовлює виникнення позитивних або негативних економічних наслідків з огляду на ефективне використання запасів ТОВ «Єривтський ГЗК».

Наприклад, виконання аналітичних процедур з оптимізації структури й обсягу виробничих запасів сприяють нейтралізації впливу внутрішніх ризиків та мінімізації зовнішніх очікуваних ризиків на формування і динаміку виробничих запасів. У той же час, неякісна реалізація аналітичних процедур внаслідок неправильного застосування чинної методики, використання недостовірної (неточної, застарілої) інформації, перевищення термінів підготовки аналітичної записки тощо можуть призвести до накопичення залишків виробничих запасів у місцях видобутку, зберігання, неритмічності видобутку, порушення безперервності виробничого циклу, зниження рентабельності виробництва, інших негативних наслідків.

У випадку ігнорування керівництвом процедур розробки та застосування норм і нормативів, розроблені норми не набувають практичного застосування, спостерігається штучне завищення / заниження планових (нормованих) показників, що послаблює внутрішній контроль підприємства.

За умови некоректного застосування окремих аналітичних процедур існуючі тенденції використання виробничих запасів зберігаються або погіршуються. Непрофесійний підбір факторів аналітичної моделі, неправильний вибір базової моделі розвитку показника, невідповідність правилам побудови економічної моделі зумовлює її некоректність.

Організація аналітичної роботи на підприємствах гірничодобувної промисловості вимагає створення умов, які забезпечують вивчення взаємозв'язків між окремими показниками діяльності суб'єкта господарювання, і включає розробку загальних планів та програм аналітичних робіт; послідовність проведення аналізу; матеріальне, методичне та наукове забезпечення; загальне керівництво, аналітичні процедури тощо.

Таким чином, уточнено підхід до організації аналізу виробничих запасів підприємств гірничодобувної промисловості, що підпорядковує аналітичні процедури завданням аналізу та дозволяє виокремити економічні наслідки аналітичної роботи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тринька Л. Я. Економічний аналіз : навч.-метод. посіб. / Л. Я. Тринька, О. В. Липчанський (Іванчук). – Київ : Алерта, 2013. – 568 с.
2. Шмиголь Н. М. Роль і місце аналізу виробничих запасів у системі управління ресурсним потенціалом підприємства / Н. М. Шмиголь, А. А. Антонюк, А. А. Нестеренко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2015. – № 5 (86). – С. 102–106.

МЕХАНІЗМ ТА ПРАВОВІ НАСЛІДКИ ЕКОНОМІЧНИХ ПОРУШЕНЬ У СФЕРІ КАСОВИХ ОПЕРАЦІЙ

А. С. Назарова, ОА-61м;

***Г. О. Соболев, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»***

Грошові кошти є найбільше ліквідними активами, що найбільш частіше підлягають розкраданням на підприємствах. В Україні за 2016 рік найбільше зафіксовано фактів виготовлення та використання підробних грошей та акцизних марок – 1 316, що на 61 % більше, ніж у 2015 році. При розгляді справ про розкрадання грошових коштів, обов'язковою процедурою є проведення судово-бухгалтерської експертизи для встановлення міри відповідальності осіб, визначення сум розкрадання, встановлення механізму розкрадання грошей.

Типовими зловживаннями у ході здійснення касових операцій є: оформлення видаткових касових операцій фіктивними документами; підробки в касових книгах і касових звітах; привласнення готівкових коштів, отриманих за чековою книжкою в банку; незаконна видача готівки з каси після підробки Звітів про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт; розкрадання грошових коштів, призначених для виплати заробітної плати, на основі підроблення розрахунково-платіжної відомості та привласнення депонованих сум; неоприбуткування виручки від реалізації товарно-матеріальних цінностей і наданих послуг; списання грошових коштів без виправдувальних документів, за фіктивними документами і в більших розмірах, ніж дозволено за документами; повторне списання коштів за тим же виправданим документом тощо [1, 2].

Перевірка фактів розкрадання грошових коштів або повного їх неоприбуткування у касі підприємства здійснюється експертом шля-

хом зіставлення й аналізу документів, що відображають не лише рух грошових потоків, але й наявність і динаміку обсягу матеріальних цінностей. У ході вивчення фактів розкрадання грошових коштів, призначених для виплати заробітної плати, експертне дослідження проводиться шляхом арифметичної взаємозвірки ряду документів. При цьому важливо перевірити наявність фіктивних осіб у розрахунково-платіжній відомості шляхом зіставлення прізвищ осіб, внесених у відомість, із даними обліку особового складу підприємства, порівнянням підписів у розрахунково-платіжній відомості за досліджуваний період із підписами на заявах про прийняття на роботу або у відомостях за попередні місяці. Необхідно перевірити, чи не підписували працівники підприємства службові документи у період перебування у відрадженні.

У процесі експертизи необґрунтованого списання готівки в касі особливу увагу слід приділити логічно-арифметичній перевірці документів на видачу грошових коштів, а також бухгалтерських записів у регістрах аналітичного та синтетичного обліку за рахунками 372 «Розрахунки з підзвітними особами» і 30 «Готівка». У процесі дослідження фактів розкрадання грошових коштів шляхом підроблення виписок із рахунків в банку необхідно проаналізувати бухгалтерські записи у регістрах аналітичного та синтетичного обліку за рахунками 30 «Готівка» і 31 «Рахунки в банках». У рамках процесуальної взаємодії доцільно залучити спеціаліста ІТ-технологій, а також фахівців у сфері банківських систем захисту.

Відповідальність за додержання касової дисципліни покладається на керівника підприємства, головного бухгалтера, касира. У випадках, передбачених законодавством, настає адміністративна та кримінальна відповідальність посадових осіб.

За ст. 51 КУпАП дрібне викрадення чужого майна (вартістю до 0,2 неоподаткованого мінімуму доходів громадян, тобто 3,4 грн) шляхом крадіжки, шахрайства, привласнення чи розтрата тягне за собою: накладення штрафу від 10 до 13 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (170–221 грн); або виправні роботи на строк до 1 місяця з відрахуванням 20 % заробітку, або адміністративний арешт на строк від 5 до 10 діб. Повторне протягом року вчинення правопорушення – передбачає накладення штрафу від 30 до 50 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (510–850 грн) або виправні роботи на строк від 1 до 2 місяців з відрахуванням 20 % заробітку, або адміністративний арешт на строк від 10 до 15 діб.

За ст. 358 ККУ використання завідомо підробленого документа – карається штрафом до 50 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або арештом на строк до 6 місяців, або обмеженням волі на строк до 2 років. Ст. 191 ККУ визначає, що привласнення чи розтрата чужого майна, яке було ввірене особі чи перебувало в її віданні, залежно від обтяжуючих обставин карається штрафом; або виправними роботами;

або обмеженням волі та позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю.

Отже, висновок судового експерта-бухгалтера є вагомим доказом у сфері виявлення економічних порушень касових операцій, дозволяє ідентифікувати механізм їх скоєного та встановити відповідальність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Майданевич П. Н. Методика организации судебно-бухгалтерского экспертного исследования операций наличных денежных средств / П. Н. Майданевич // ЮФ НУБ Украины «Крымский агротехнологический университет», 2013. – № 152. – С. 27–36.
2. Мороз О. О. Розкрадання та зловживання грошовими коштами на підприємствах / О. О. Мороз, Н. М. Світлова // Вісник інженерної академії України, 2012. – № 2. – С. 292–296.

ТИПОВІ ПОРУШЕННЯ ЯК ІДЕНТИФІКАТОРИ ЗОН РИЗИКУ АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ГРОШОВИМИ КОШТАМИ

І. А. Монастирська, ОА-71м;

Г. О. Соболев, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Наразі ліквідність і платоспроможність виступають головними факторами успішного розвитку підприємства. Найважливішою ланкою системи кругообігу ресурсів стають грошові кошти. За таких умов підвищується роль аудиту грошових коштів, що дозволяє об'єктивно оцінити поточну та ретроспективну інформацію системи обліку, виявити та ідентифікувати ризики різної етимології, запропонувати напрямом поліпшення ефективності управління грошовими коштами.

Проведення аудиту завжди супроводжується дією ризиків. Аудиторський ризик – можливість невиявлення аудитором чи аудиторською фірмою реальних помилок, внаслідок чого може бути даний некоректний аудиторський висновок. М. О. Виноградова, Л. І. Жидєєва відзначають, що аудиторський ризик – ризик того, що буде висловлено не об'єктивну думку у звіті (висновку) незалежного аудитора і деякі помилки не буде виявлено [2]. М. Т. Білуха уточнює: під аудиторським ризиком слід розуміти помилкове підтвердження аудитором достовірності фінансової звітності, яка у подальшій перевірці не підтверджена іншими аудиторами або контрольними органами [1].

Вивчення чинної практики допущення типових порушень знижує рівень аудиторського ризику, націлює аудитора на розгорнуте дослідження потенційно проблемних ділянок обліку й господарських операцій під час проведення аудиту. Поширеними напрямом розкрадань

грошових коштів підприємства є привласнення депонованих сум або грошей, призначених для виплати заробітної плати; підроблення звітів про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт; часткове неоприбуткування грошових коштів у касі; здійснення виплати грошових коштів за раніше оплачені або фіктивні роботи, послуги тощо.

Привласнення грошових коштів може відбуватися шляхом змови бухгалтера та касира підприємства. У випадку з підробкою звітів про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт, може мати місце змова не тільки касира та бухгалтера, а й відповідальної особи, що звітує.

Надлишкові списання грошових коштів можуть мати місце внаслідок корисної домовленості бухгалтера та касира на основі повторного проведення одних і тих самих документів, відображення неправильно підрахованого підсумку у звіті касира, здійснення бездокументальних операцій.

Для виявлення фактів недотримання ліміту залишку готівки у касі аудитор визначає наявність та обґрунтованість розрахунку встановленого ліміту. Потім порівнює залишки готівки в касі із записами про фактичні її залишки за касовою книгою за кожний день, незалежно від наявності у цей день касових оборотів.

При ймовірності неправильного відображення касових операцій в регістрах синтетичного обліку, аудитор детально вивчає правильність оформлення прибуткових та видаткових касових ордерів, платіжних відомостей, звітів про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт; здійснює перевірку операцій за суттю, оцінюючи своєчасність, повноту та правильність відображення руху готівки в касовій книзі та у звіті касира; вивчає результати інвентаризації готівки та інших цінностей у касі.

Для виключення фактів неповного відображення в обліку операцій за рахунками в банках аудитор здійснює звірку оборотів за відповідними субрахунками рахунку 31 «Рахунки в банках» з даними виписки банку; перевіряє обґрунтованість і повноту пред'явлення претензій до банку.

Для оцінки зони ризику операцій з коштами на рахунках банку, необхідно врахувати, що безготівкові перерахування коштів не за призначенням формально виглядають як операції перерахування коштів контрагентам з редагуванням тексту призначення платежу. В окремих випадках, може мати місце підміна копій банківських доручень на переказ грошових коштів підставним особам за фіктивні роботи або в порядку погашення неіснуючої заборгованості. Ймовірність цих порушень перевіряють шляхом детального аналізу виписки банку та документів, на основі яких відбувається оплата.

Таким чином, всебічне вивчення аудитором типових порушень в обліку операцій з грошовими коштами є необхідною умовою ідентифі-

кації ризику аудиту. Це дозволяє більш аргументовано здійснювати підбір процедур аудиту, формувати програму аудиту, а отже, формувати звіт незалежного аудитора у повній відповідності до чинної практики аудиту та вимог МСА.

Список використаних інформаційних джерел

1. Білуха М. Т. Аудит у бізнесі : [посібник для бізнесменів] / М. Т. Білуха. – Дніпропетровськ, 1994. – 240 с.
2. Виноградова М. О. Аудит : навч. посіб. / М. О. Виноградова, Л. І. Жидеева – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – 654 с.
3. Карпенко Є. А. Еволюція підходів до порядку проведення аудиту касових операцій / Є. А. Карпенко, О. В. Філатов // Регіональна економіка та управління» – Запоріжжя : ГО «Східноукраїнський інститут економіки та управління», 2016. – № 2. – С. 71–75.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Е. А. Полонская, Б-З;

***Н. П. Толстенок, научный руководитель, к. э. н., доцент,
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»***

В финансово-хозяйственной деятельности практически любой компании основные средства занимают одно из центральных мест. Эффективное их использование способствует оптимальному и экономному потреблению других видов ресурсов (например, сырья, материалов и т. д.). Благодаря внедрению новейшей техники и современных технологий, организации способны увеличить производительность труда, производить инновационную продукцию, снижать ее себестоимость, и, следовательно, повышать собственную конкурентоспособность, открывать новые перспективы. Таким образом, от состояния и эффективного использования основных средств зависят и качественные показатели деятельности хозяйствующего субъекта

Анализ основных средств представляет собой трудоемкий процесс. В связи с чем можно выделить основные этапы его проведения при оценке ресурсного потенциала организации. На первом этапе производится сбор информации, необходимой для анализа основных средств. Результаты аналитической работы во многом зависят от достоверности, объема, качества, своевременности полученной информации. В этой связи информацию необходимо проверять на доброкачественность. Особенно важным является использование достоверной и своевременной информации. В связи с этим особое значение имеет анализ активной части основных средств нежели анализ их пассивной части, так как именно от доли активной части в общем составе основных средств, их качества и эффективности использования зависят

производительность, а, следовательно, объемы производства и строительства, оптимальное использование предметов труда (сырья и материалов) и многие другие технико-экономические показатели организации.

Эффективность использования основных средств принято определять по следующим показателям:

- фондоотдача;
- фондоемкость;
- рентабельность основных средств.

Нужно отметить что, перечисленные показатели **не в полной мере раскрывают эффективность использования основных средств и имеют противоречивый характер.**

При расчете уровня рентабельности использования основных средств использование в числителе показателя прибыли от реализации продукции или чистой прибыли не вполне правомерно, поскольку без участия основных средств невозможно достичь фактических объемов продаж и сформировать финансовый результат. Поэтому экономически обоснованным будет включить в расчет прибыль до налогообложения, так как кроме основной деятельности могут быть получены прочие доходы (расходы) от продажи основных средств и их переоценки.

В методике расчета фондоотдачи учитывается выручка от реализации продукции (работ, услуг), в то время как основные средства участвуют в формировании всей стоимости произведенных товаров, в том числе невостребованных (стоимость готовой продукции из бухгалтерского баланса), резервных остатков на конец года и оставленных для внутрихозяйственного потребления, включая материалы собственного производства. Следовательно, если брать только выручку (стоимость товарной продукции), то результат будет занижен. В формировании стоимости валовой продукции зачастую участвуют основные средства, которые списаны по физическому износу, так как срок амортизации уже истек, но продолжают использоваться, а в общую их стоимость не включаются. Это завышает показатель фондоотдачи.

НАПРАВЛЕНИЯ УКРЕПЛЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

М. С. Тюкало, Б-З;

***Ю. В. Харитонова, научный руководитель, к. э. н., ассистент,
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»***

Платежеспособность организации является основным критерием оценки финансового состояния организации. Для собственников организации недостаточная платежеспособность может означать уменьше-

ние прибыльности, потерю контроля и частичную или полную потерю вложений капитала. В случае, когда собственники несут неограниченную ответственность, их убытки могут даже превысить первоначальные вложения. Для кредиторов недостаточная платежеспособность у должника может означать задержку в уплате процентов и основной суммы долга или частичную либо полную потерю ссуженных средств. Возникает проблема повышения платежеспособности, которая может решаться двумя путями: во-первых, коррекцией структуры источников финансирования в направлении увеличения более устойчивых и уменьшения самых краткосрочных, а именно кредиторской задолженности и, во-вторых, сокращением потребности в финансовых источниках за счет избавления от неработающих активов и ускорения оборачиваемости работающих.

Ниже представлены следующие конкретные меры, которые могут быть предложены организации для повышения платежеспособности:

- увеличение собственного капитала за счет нераспределенной прибыли. Разработка дивидендной политики, обеспечивающей развитие организации за счет нераспределенной прибыли;
- увеличение уставного капитала собственниками и третьими лицами;
- предоставление безвозмездной финансовой помощи учредителями;
- предоставление организации учредительных займов, желательно долгосрочных. Формально эта мера не улучшает структуру баланса, поскольку увеличивает обязательства организации, но фактически устойчивость бизнеса растет, поскольку увеличиваются средства участников в структуре финансирования;
- привлечение банковских кредитов, желательно долгосрочных;
- если есть проблема с дебиторами, то для уменьшения дебиторской задолженности в дальнейшем рекомендуется работать только с проверенными дебиторами, возврат задолженности которых не нарушал сроков и требований договоров;
- если в организации произойдет, например, что группа быстро реализуемых активов меньше группы краткосрочных пассивов, то для улучшения этого следует заменить краткосрочные обязательства более долгосрочными, что поможет организации покрыть часть краткосрочных обязательств;
- снижение себестоимости реализуемой продукции: сокращение затрат за счет повышения уровня производительности труда, экономного использования сырья, материалов, оборудования и т. д.; сокращение затрат установленных по каждой статье расходов за счет конкретных организационно-технических мероприятий, которые будут способствовать экономии зарплаты, материалов, энергии и т. д. Дости-

жение компромисса – дело чести финансового менеджера и эта задача решается в каждом конкретном случае по-разному, в т. ч. исходя из текущей конъюнктуры (нужно взять кредит, и потому надо улучшить ликвидность) и стиля руководства. Последнее немаловажно для выработки нормативов для показателей мониторинга

Таким образом, совершенствование методик анализа платежеспособности и ликвидности организации в условиях современной экономики обеспечит эффективное функционирование организации как на макро-, так и на микроуровне и позволит принимать эффективные управленческие решения для увеличения благосостояния организации.

СЕКЦИЯ 4 ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ БАНКОВСКОМУ КРЕДИТОВАНИЮ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

Т. В. Гомон, 14 БД-4;

*О. А. Теляк, научный руководитель, к. э. н., доцент,
Полесский государственный университет*

Сегодня развитие сектора малого и среднего бизнеса (МиСБ) является достаточно актуальным направлением. Роль этого сектора чрезвычайно важна в увеличении национального богатства, уменьшении уровня безработицы и пополнении бюджета страны (почти 31 % доходов белорусского бюджета, контролируемых налоговыми органами). Во многих развитых странах МиСБ уже стал основным сектором в экономике, на долю которого приходится 60–70 % ВВП. Опыт таких стран доказывает необходимость наличия в любой экономике эффективно развивающегося сектора МиСБ. Вклад МиСБ в ВВП Республики Беларусь (РБ) составляет 24,2 % [3]. Это говорит о том, что в РБ потенциал МиСБ ещё не полностью реализован. И этому сектору необходимо уделять значительное внимание. В ежегодном рейтинге по условиям ведения бизнеса «Doing Business-2017», который составляют эксперты Всемирного банка, Республика Беларусь занимает 37 место из 189 стран [2].

Однако, для открытия или развития такого бизнеса не всегда хватает собственных финансовых ресурсов, поэтому субъекты МиСБ обращаются к внешнему финансированию. Одним из самых распространённых источников внешнего финансирования является банковский кредит, но в современных условиях доступ к нему затруднён. Причиной этому являются высокая стоимость кредитных

ресурсов, отсутствие качественного залога, достаточно объёмная и долгая процедура получения кредита и пр.

Актуальным является поиск путей решения возникших ограничений. На сегодняшний день есть возможность воспользоваться альтернативными банковскому кредитованию источниками финансирования. К ним можно отнести: микрофинансирование, венчурное финансирование, деятельность бизнес-ангелов, программы государственной поддержки, различные фонды, стартапы, лизинг, краудфандинг, некоммерческие кредитно-финансовые организации, ассоциации МиСБ, рынок ценных бумаг и т. п.

Микрофинансирование в РБ в форме коммерческой организации могут осуществлять только ломбарды, а в форме некоммерческой организации микрофинансирование могут осуществлять потребительские кооперативы взаимопомощи. По состоянию на 10.04.2017 в РБ зарегистрировано 118 микрофинансовых организаций. Эти организации имеют ограниченные ресурсы, что делает незначительным их влияние на доступность внешнего финансирования для МиСБ.

Функции венчурного финансирования со стороны государства возлагаются на Белорусский инновационный фонд. Получателем средств из фонда могут быть только плательщики взносов, что существенно снижает количество субъектов МиСБ, в частности вновь создаваемых, которые имеют доступ к данному венчурному финансированию.

Удобным источником финансирования являются лизинговые операции, т. к. они не требуют залога и тем самым упрощают процедуру финансирования.

В РБ функционирует Сообщество бизнес-ангелов и венчурных инвесторов (БАВИН). Оно не представляет финансирование на прямую, а только создаёт платформу для взаимодействия между МиСБ и частными инвесторами.

Так же в РБ существуют государственные программы по поддержке МиСБ. Инструментом такой поддержки выступает льготное банковское кредитование за счёт средств бюджета, однако доля такого финансирования незначительна. Так же существует Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей. Он может предоставлять МиСБ денежные средства на срок до 5 лет на возвратной основе. Однако, есть ограничение по целям кредита. За 12 месяцев 2016 года в фонд для получения государственной финансовой поддержки поступило 106 проектов от субъектов малого предпринимательства на сумму 10 243 тыс.руб. Положительное решение о финансировании получили 55 проектов на сумму 4 456,1 тыс. руб. Фактически профинансированы 38 проектов на сумму 2 180,5 тыс. руб. [1].

Существует достаточно большой выбор альтернативных банковскому кредитованию источников финансирования. Однако возможности всех инструментов в РБ крайне не значительны. Зачастую ресурсы

нужны для финансирования текущей деятельности, а не инвестиций, что не предоставляет возможности МиСБ воспользоваться этими источниками финансирования. Так же в РБ существуют разные схемы микрофинансирования, но они слабо развиты, что не даёт в полной мере использовать возможности этих источников. В РБ есть необходимость в альтернативных банковскому кредитованию источников финансирования, поэтому необходимо работать в направлении их развития.

Список использованных информационных источников

1. Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarp.by/>. – Дата доступа: 11.04.2017.
2. Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2016>. – Дата доступа : 10.04.2017.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 11.04.2017.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

С. П. Николаев, Эк-13;

***Н. Ю. Саргаева, научный руководитель, к. э. н., доцент
кафедры экономики и менеджмента Рудненского
индустриального института, Казахстан, г. Рудный***

Устойчивое развитие экономики региона, обеспечивающее сбалансированное решение всех поставленных социально-экономических проблем, является стратегической задачей развития Республики Казахстан.

Экономический рост и связанные с ним социально-экономические проблемы занимают центральное место в макроэкономических и региональных исследованиях ведущих зарубежных ученых. В зарубежных исследованиях большое внимание проблемам экономического роста уделили Р. Верной, Т. Манн, П. Де Ла Курт, П. Кругман, Д. Мид, Г. Мюрдап, В. Сомбарт, Р. Солоу, Т. Сван, Г. Ричардсон, М. Фуджит, А. Хиршман и др. [2].

Развитие регионов в Казахстане осуществляется в соответствии с Программой «Развитие регионов» до 2020 года, утвержденной от 26 июля 2011 года. Данная программа направлена на решение актуальных социально-экономических проблем регионов на перспективу.

Среди приоритетных направления развития программы можно выделить следующее:

- выявление системных проблем и факторов, ограничивающих социально-экономическое развитие регионов, и выработка эффективного механизма действий местных исполнительных органов для их устранения;
- формирование долгосрочных центров экономического роста, интегрированных с региональными и мировыми рынками, через приоритетное развитие агломераций с центрами в городах Астана, Алматы, Шымкент, Актобе и Актау.
- развитие сельских территорий;
- финансовая поддержка регионов для повышения их конкурентоспособности и рациональной пространственной организации экономического потенциала и расселения населения [1].

Региональная диагностика включает оценки уровня развития региона, его специализации и комплексности развития производительных сил, их эффективности, а также исследования региональных рынков товаров и услуг, уровня инвестиций и инноваций. Важное значение имеет также анализ особенностей социально-экономического развития (демографических показателей, системы расселения и др.), оценка природно-ресурсного, научного и производственного потенциалов, уровня развития и размещения инфраструктуры, экологической безопасности.

Комплексную оценку уровня социально-экономического развития региона можно осуществлять в соответствии со следующими этапами:

1. Проанализировать факторы макро и микросреды, воздействующие на развитие региона (SWOT-анализ).

Важно проанализировать государственные программы развития регионов, законодательную базу, возможности приграничного сотрудничества.

2. Выбрать метод оценки развития региона и определить комплексные показатели, позволяющие оценить уровень социально-экономического развития регионов;

3. На основе результатов анализа разработать стратегию (комплексные мероприятия), способствующие повышению экономического роста развития регионов.

Список использованный информационных источников

1. Программа «Развитие регионов», Утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 26 июля 2011 года № 862.
2. Земскова М. С. Управление качеством экономического роста региона : автореферат на соискание ученой степени к. э. н. по специальности 08.00.05, Иваново, 2012 г. – 24 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

А. Д. Еркибаев, магистрант кафедры «Экономика»,
Казахстанский агротехнический университет им. С. Сейфуллина,
Казахстан, г. Астана

В Послании Президента Республики Казахстан ««Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие» от 30 ноября 2015 года Глава государства отметил, что глобальный кризис – это не только опасность, но и новые возможности. Также отмечено: «Устраняются административные барьеры для малого и среднего предпринимательства, совершенствуются государственное управление, образование и здравоохранение. Все эти меры также придадут запас прочности государству, обществу, нашей экономике» [1].

Исследования инновационного развития экономики не возможно без учета факторов и условий их появления, обеспечивающих успех нововведения. Особенности исторического развития институтов государства и форм предпринимательской деятельности, эти факторы выступают долгосрочными детерминантами направления и скорости эволюции инновационного развития экономики.

Следует отметить, что общий уровень инновационного развития формируется на основе таких факторов как:

- человеческие ресурсы – количество, квалификация, стоимость рабочей силы, менеджмент;
- физические ресурсы – количество, качество, доступность и стоимость полезных ископаемых, воды, земли и других природных ресурсов;
- ресурс знаний – образование, научная, техническая и другая информация, влияющие на качество производства продукции и оказания услуг;
- денежные ресурсы – количество и стоимость капитала, направленного на финансирование промышленности;
- инфраструктура – тип, качество имеющейся инфраструктуры: инновационные, транспортные возможности, система связи, банковская система, здравоохранение и т. д.

Поэтому важнейшими факторами инновационного развития экономики должны стать достаточная обеспеченность страны научно-педагогическими кадрами, наличие достаточного количества научно-технических и образовательных учреждений, достаточное финансовое обеспечение науки и образования, эффективная система управления и информатизация. В совокупности эти факторы являются той силой, которая дает возможность перехода созданного нового знания в востребованный обществом готовый результат.

Внешние ограничения инновационного развития экономических систем определяются совокупным влиянием трех базовых факторов: типа хозяйственной системы, открытости экономической системы

государства, а также местом промышленного комплекса страны в международном разделении труда. Влияние данных факторов на инновационное развитие экономических систем неоднозначно.

Различия в типе хозяйственной системы заключается в способах экономической координации. В связи с этим выделяют традиционную, рыночную, плановую (централизованно-управляемую) и переходную экономические системы. Отметим, что наиболее эффективной системой экономической координации с позиций стимулирования инновационного развития следует признать рыночную экономику, имеющую с точки зрения неинституциональной теории наименьшие удельные транзакционные издержки.

На наш взгляд, потенциально заложенные в экономике Казахстана рыночные принципы еще не достаточны для стимулирования инновационной активности предприятий. Так, инициация базовых инноваций на современном этапе развития происходит либо в сфере фундаментальной науки, либо в недрах крупных национальных корпораций, имеющих упорядоченную структуру управления и стратегические планы развития. Однако из-за низкого качества институциональной среды характер влияния этих элементов не способствует инновационному развитию экономики.

Список использованных информационных источников

1. Послание Республики Казахстан Н. Назарбаева Народу Казахстана «Казахстан в новой реальной глобальности: рост, реформы, развитие». Астана, Аккорда, 30 ноября 2015 года [Электронный ресурс] : официальный сайт Президента Республики Казахстан. – Режим доступа: <http://www.akorda.kz/ru/>. – Название с экрана.
2. Сальжанова З. А. Инновационно-технологическое развитие промышленности Казахстана (теоретические и методологические аспекты) / З. А. Сальжанова. – Караганда. – 2012. – 276 с.

СЕКЦІЯ 5 ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ

ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ СУСПІЛЬНИХ БЛАГ

Ю. М. Шкуренко, Ф-21;

С. С. Ніколенко, науковий керівник, д. е. н., завідувач кафедри економічної теорії та прикладної економіки, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Актуальною і водночас дуже складною є проблема виробництва та споживання суспільних благ в Україні. Шляхи його покращення, удос-

коналення технології виробництва та забезпеченням ними населення вивчають ряд економістів, політиків і вчених. Проте, як і раніше, залишається актуальним питання впливу держави на процеси виробництва та споживання суспільних благ і формування напрямків щодо його удосконалення та розвитку.

Суспільні блага – це те, що однаковою мірою доступно всім членам суспільства і не вимагає безпосередньої оплати. До їх числа можна віднести національну оборону, охорону громадського порядку, радіо і телепередачі, прогнози погоди, вуличне освітлення, результати фундаментальних наукових досліджень, маяки та багато іншого. Забезпечення такими суспільними благами часто здійснюється урядом, а витрати фінансуються за рахунок податків, а не з доходів від продажу цих благ на ринку [2].

Суспільне благо визначається як благо, що споживається спільно, тобто всі споживають його разом; суспільне благо не можна поділити на окремі частини і продати або купити на ринку, як не можна й позбавити будь-кого права користуватися ним. Споживання однією людиною не зменшує кількості споживання цього блага іншими. Суспільне благо не можуть бути «упаковані» так, щоб їх можна було продати «поштучно». Корисність таких благ дістається великому числу громадян, які не можуть бути виключені з числа споживачів, навіть якщо вони відмовляються платити [1].

Малоймовірно, що якась приватна фірма візьметься за надання такого блага, оскільки це потребує дуже великих інвестицій, і вона не може бути впевнена в отриманні хоч якого-небудь прибутку. Ці блага, якщо й вироблятимуться, то в неефективному обсязі, що сприятиме втратам суспільного добробуту. В цьому і є прояв неспроможності ринку у випадку суспільного блага: ринковий механізм неспроможний виробляти ці блага в ефективному обсязі і утворювати ефективні ціни, на які б добровільно погоджувались раціональні споживачі через властивість невиключеності суспільних благ.

Важливою проблемою є те, що за неможливості вилучення зі споживання окремих індивідів виникає проблема, яку назвали «проблемою безбілетника». Вона полягає в тому, що раціональний індивід за умови, коли його не можна виключити зі споживання через те, що він не робить внесків у набуття суспільного блага, відмовиться робити будь-які внески, віддаючи перевагу безплатному споживанню. Однак споживачі дійсно мають вигоду від суспільного блага, і це приводить до висновку про необхідність державного втручання у вирішення проблеми. Ринок неспроможний забезпечити громадян суспільними благами, тому держава стає основним їх виробником чи замовником, визначає оптимальну їх кількість і мінімізує витрати їх виробництва.

Однак не менш важливою проблемою особливостей споживання суспільних благ є складність здійснення ефективного контролю за за-

безпеченням ними населення, а також кількісними обсягами їх виробництва. Звичайно для цього використовуються соціальні стандарти, в яких відображається якість і обсяги суспільних благ. Кінцевий споживач суспільних благ у більшості своїй не має практичної можливості вибору щодо використання або ж невикористання. Поширена і практика, при якій він змушений споживати благо, незважаючи на те що воно не відповідає його потребам або має низьку якість.

Отже, блага надані державою покликані задовольняти колективні потреби, які неможливо виміряти в грошовій формі, через що їх не може виробити ринок. Найважливішою проблемою споживання суспільних благ є небажання населення оплачувати їх. Це є суттєвою перешкодою у підвищенні якості суспільних благ. Та забезпечення громадськими благами суспільства – важлива функція держави. Вона може примусово стягувати податки з населення і на ці кошти створювати громадські блага, частково усуваючи проблему «зайців».

Список використаних інформаційних джерел

1. Волохова І. С. Проблеми фінансування суспільних благ за рахунок коштів територіальних бюджетів / І. С. Волохова // Проблеми виробництва та фінансування суспільних благ. – 2013. – Вип. 51. – С. 20–27.
2. Даниленко О. Л. Суспільні блага: проблеми забезпечення та міжнародне співробітництво / О. Л. Даниленко // Проблема забезпечення. – 2014. – Ч. 1. – С. 74–85.
3. Кічурчак М. В. Ретроспективний аналіз формування сучасних підходів до розуміння сутності суспільних благ в українській економічній науці / М. В. Кічурчак // Історія народного господарства та економічної думки України. – 2012. – Вип. 45. – С. 99–110.

ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ МОНОПОЛЬНОЇ ВЛАДИ В РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

В. В. Чмирь, Ф-21;

В. О. Шаповалов, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри економічної теорії та прикладної економіки, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ринкова влада фірми є багатостороннім, складним явищем, яке вимагає детального вивчення й оцінки, і в економічній теорії існує суперечливе ставлення до цієї проблеми. Систематичне пояснення феномена влади в економічному житті знаходимо в роботах В. Ойкена, Ф. Перру, Дж. Гелбрейта, Я. Таката, Е. Тоффлера, М. Олсона та інших; ринкової влади Е. Лернера, К. Ротшильда, А. Папандреу, Дж. Бейна, Ф. Шерера і Д. Росса та інших. На конкурентному ринку діє достатньо продавців і покупців товару, і тому жоден продавець чи покупець

окремо не може вплинути на ціну товару. Фірми приймають ринкову ціну як задану, вирішуючи, скільки виробляти і продавати, а споживачі приймають її як задану, вирішуючи, скільки купити. Але існують ситуації, коли фірми можуть впливати на ціну й одержувати прибуток за рахунок встановлення граничних витрат. У таких фірм є монопольна влада. Це і зумовлює актуальність даної теми.

Монопольна влада – це здатність суб'єкта господарювання або групи суб'єктів визначати чи суттєво впливати на умови обороту товару на ринку, не допускати, усувати, обмежувати конкуренцію, зокрема підвищувати ціну та підтримувати її понад рівень ціни, який існував би за умов значної конкуренції [3].

Вчені підкреслюють, що ринкова влада суб'єкта господарювання є тим більшою, чим більшою часткою він володіє на ринку. Таким чином, на ринках недосконалої конкуренції кожна фірма в тій чи іншій мірі володіє ринковою владою, що дозволяє їй встановлювати ціну вище граничного доводу і отримувати економічний прибуток.

Чому деякі фірми володіють великою монопольною владою, а інші незначною або зовсім ніякої? Монопольна влада залежить від здатності встановлювати ціну вище граничних витрат і величина, на яку ціна перевищує граничні витрати, обернено пропорційна еластичності попиту для фірми. Чим менш еластичний попит для фірми, тим більшою монопольною владою володіє фірма.

Монопольна влада провокує дії господарюючих суб'єктів, які порушують баланс сил учасників ринку, і створює можливість різних зловживань. Ринки «чистої» монополії – це в основному ринки природних монополій та ринки надання послуг, пов'язаних із здійсненням функцій держави й місцевого самоврядування. Саме на таких ринках найбільш сприятливі умови для зловживання монопольною владою. Зловживаючи своєю монопольною владою, монополіст порушує правові, економічні, етичні норми і правила поведінки на ринку, завдаючи шкоди своїм контрагентам.

У 2015 році органами Антимонопольного комітету України виявлено та припинено 2 169 порушень у вигляді зловживань монопольним становищем. На суб'єктів господарювання, які зловживали монопольним становищем, органами Антимонопольного комітету України протягом 2015 року накладено штрафи в загальному розмірі близько 76 млн грн. [1].

Аналіз звіту Антимонопольного Комітету України показав, що найбільш монополізованими залишаються окремі галузі паливно-енергетичного комплексу, галузі транспорту та зв'язку, житлово-комунального господарства. Найбільш конкурентними є ринки торгівлі і посередницьких послуг та агропромислового комплексу. При цьому концентрація ринків в Україні щорічно зростає, що свідчить про зростання монопольної влади підприємств на ринку.

Реалізуючи різноманітні стратегії контролю, монополістичні організації нав'язують зовнішньому оточенню свої умови, суттєво змінюючи його. В результаті монополістичного контролю ціни формуються не під дією попиту і пропозиції, а під впливом домінуючих фірм.

Сучасна антимонопольно-конкурентна політика в Україні далеко не в повному обсязі відповідає вимогам сьогодення. І проблема тут не тільки, і не стільки у відсутності кваліфікованих кадрів у цій сфері, а в недосконалості системи державного управління в цілому [2].

Отже, підвищення ефективності антимонопольно-конкурентного регулювання може бути досягнуте лише при скороченні масштабів тіньової економіки та корупції; зменшенні кількості державних органів регулювання й контролю за діяльністю фірм, які володіють монопольною владою; одночасному підвищенні їх відповідальності за прийняті рішення; чіткому розподілі функцій між різними контролюючими структурами; приведенні вітчизняної законодавчої бази у відповідність з нормами міжнародного права; тощо.

Список використаних інформаційних джерел

1. Звіт Антимонопольного комітету України за 2015 рік: затв. розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14.03.2016 № 3-рп. – Київ : МЮУ, 2016.
2. Лагутін В. Д. Шкода від монополії і користь від конкуренції: чи все так просто? / В. Д. Лагутін // Економіка України. – 2007. – № 4. – С. 55–61.
3. Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку: затв. розпорядженням Антимонопольного комітету України від 5 березня 2002 р. № 49-р. – Київ : МЮУ, 2002.

РЕЙТИНГИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ

С. І. Капліна, МЕ-21;

В. О. Шаповалов, науковий керівник, к. е. н., доцент, заступник завідувача кафедри економічної теорії та прикладної економіки, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На сучасному етапі світового розвитку однією з найважливіших проблем у становленні країни в цілому є ефективність виробництва, забезпечення випуску необхідної кількості сучасних виробів та покращення якості, досягнення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку.

Загострення конкурентної боротьби щодо підвищення показників збуту продукції та місця держави на світовому ринку змушує шукати керівництво держави більш ефективні шляхи щодо підвищення кон-

курентної позиції країни на світовому ринку. Одним із основних методів оцінки конкурентоспроможності є індекс глобальної конкурентоспроможності.

Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) – це глобальне дослідження, яке проводиться Всесвітнім економічним форумом, і супроводжувачий його рейтинг країн світу за показником економічної конкурентоспроможності.

За підсумками 2016 року, Україна в черговому щорічному рейтингу конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum, WEF) опустилася на 85-е місце проти 79-го роком раніше.

Серед найбільш проблематичних факторів, що впливають на бізнес в Україні, експерти заявили про корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективну урядову бюрократію і доступ до фінансування. Крім цього, на слабку конкурентоспроможність України впливає злочинність, погане здоров'я суспільства і малоосвічена робоча сила. Усього в рейтингу 138 країн. Індекс глобальної конкурентоспроможності ВЕФ включає 12 показників конкурентоспроможності і більш ніж 100 змінних, які становлять 3 основні групи субіндексів: «Основні вимоги», «Підсилювачі продуктивності» та «Інновації та фактори вдосконалення», а також складається щорічно з 1979 року на основі відкритої інформації, а також з урахуванням думок декількох тисяч експертів з більш ніж 100 країн світу.

Згідно з даними дослідження, Україна найбільше втратила позицій за показниками, які характеризують розвиток інфраструктури, макро-економічне середовище та розвиток фінансового ринку країни. Причому, за деякими позиціями країна «очолює» рейтинги з кінця, зокрема, за міцністю банків країні присвоєно 140-е місце зі 140 країн світу, за регулюванням фондових бірж – 135-е місце, а за інфляційними змінами – 134-е місце.

Протягом 2010–2015 років, Україна значно змінювала свої позиції в рейтингах конкурентоспроможності (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка змін позицій України в рейтингу за Індексом глобальної конкурентоспроможності

2010–2011 (з 139 країн)	2011–2012 (з 142 країн)	2012–2013 (з 144 країн)	2013–2014 (з 148 країн)	2014–2015 (з 144 країн)	2015–2016 (з 140 країн)
89	82	73	84	76	79

За оцінками експертів, найбільш проблемними факторами для ведення бізнесу у нашій країні визначено (в порядку зменшення): корупцію, ускладнений доступ до фінансів, інфляцію, політичну неста-

більшість, високі податкові ставки, неефективну державну бюрократію, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, часту зміну урядів, обмежувальне регулювання ринку праці, недостатню здатність до інновацій, невідповідну якість інфраструктури, злочинність та крадіжки, низьку якість охорони здоров'я, недостатню освіченість і погану етику робочої сили.

Але не тільки макроекономічна нестабільність (інфляція, високі кредитні ставки, неефективне витрачання бюджетних ресурсів), слабка здатність до адаптації нових технологій через залучення прямих іноземних інвестицій, епідемія корупції тощо, а, насамперед, низька якість суспільних інституцій та несприятливе підприємницьке середовище. Звідси саме реформування інституційного середовища закладає базу до майбутнього розвитку та членства в ЄС і є об'єктивною вимогою підвищення конкурентоспроможності України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пугачевська К. Й. Сучасні тенденції та стан конкурентного середовища в економіці України / К. Й. Пугачевська // Інноваційна економіка. – 2011. – № 22. – С. 95–98.
2. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-0>. – Назва з екрана.

СВІТОВИЙ ДОСВІД АНТИКРИЗОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

М. С. Лусевич, ЕП-21;

А. О. Пантелеймоненко, науковий керівник д. е. н., професор кафедри економічної теорії та прикладної економіки, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Антикризове управління можна визначити як систему управлінських заходів та рішень щодо діагностики, попередження, нейтралізації і подолання кризи та її причин у банківському секторі. Воно повинно охоплювати всі стадії розвитку кризових явищ, зокрема їх системний моніторинг та попередження.

Широкий спектр інструментів оздоровлення банківського сектору можна розділити на три категорії: фінансові, операційні та структурні. Фінансові інструменти призначені для вирішення поточних проблем фінансового забезпечення банківських установ.

Використання всього набору фінансових інструментів антикризового управління характерне для системних криз, коли доводиться вирішувати проблеми ліквідності не лише окремих банків, а й усієї бан-

ківської системи. За таких обставин регулювання спрямовується на поліпшення якості банківських активів, збільшення капіталу, тобто на відновлення та підвищення платоспроможності банківських установ.

На основі аналізу державного антикризового регулювання банківського сектору різних країн світу можна виділити головні антикризові заходи, які найчастіше застосовуються у світовій практиці: створення спеціальних фондів; зниження центральними банками облікової ставки; розширення переліку активів, що приймаються центральними банками як застава за кредит; зниження нормативів мінімальних резервних вимог для комерційних банків; збільшення розміру державних гарантій на банківські вклади; запровадження тимчасових адміністрацій і кураторів центробанків у банківських установах; гарантування міжбанківських кредитів, позичок для малого та середнього бізнесу, підтримки компаній, які не в змозі залучити необхідне фінансування через проблеми в банківському секторі.

Можна виділити наступні фактори, що вплинули на специфіку антикризового державного регулювання реального сектора в різних країнах: причини економічної кризи в реальному секторі економіки, розмір реального сектора економіки, розвиток інститутів державної влади, ступінь впливу кризи на реальний сектор економіки, темпи економічного зростання передкризового розвитку, наявність ресурсів в економіки для реалізації антикризової політики.

В даний час антикризові аспекти державного управління економікою в різних країнах виражаються в різних формах. Досвід країн Європейського Союзу (ЄС) в цілому підтверджує, що регіональна політика в цих країнах практично спрямована на створення умов, що дозволяють регіонам повністю реалізувати наявні у них можливості стимулювання і збільшення їх внеску в розвиток національної економіки. Все більшого поширення в ЄС отримує спільне фінансування слаборозвинених районів для їх розвитку.

Канада є прикладом країни, в якій велика увага приділяється зменшенню відмінностей між провінціями. По суті, в Канаді не використовуються нормативи витрат. Основним інструментом регіонального розвитку в Канаді служать – Цільові програми (ЦП). В рамках ЦП соціальної спрямованості, федеральний уряд Канади, в якості державної підтримки, компенсує 50 % витрат провінцій на соціальні цільові програми. Витрати регіонів повинні будуватися з урахуванням першочергових потреб цієї підтримки.

Досвід Японії цікавий присутністю досить жорсткої вертикальної системою взаємовідносин між центральною владою і місцевим управлінням, включаючи економічну сферу. Складність цієї системи полягає в тому, що в ній співіснують різноспрямовані формальні і неформальні, горизонтальні і вертикальні зв'язки (наприклад, через національні асоціації голів місцевої влади, які були створені для зміцнення гори-

зонтальних зв'язків, але одночасно стали провідниками урядової політики).

Світова фінансова криза дестабілізувала загальний економічний розвиток країн, спричинивши поширення високих темпів інфляції, зростання безробіття, завмирання інвестиційних процесів. В банківських системах зарубіжних країн відбулися такі зміни: зростання обсягу проблемних кредитів, зниження показників фінансової стійкості провідних банків, дефіцит ліквідних коштів, переведення крупних банків до стану «проблемних» або їхнє банкрутство, девальвація національних валют.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кондратчук К. С. Сутність і причини кризових проявів у світовій економічній системі / К. С. Кондратчук / Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 1. – С. 57–63.
2. Тивончук І. О. Фінансові кризи : аналіз причини та механізмів їх прояву / І. О. Тивончук, П. І. Стецюк, О. І. Тивончук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Львів, 2011. – № 698. – С. 112–118.
3. Чухно А. А. Сучасна фінансово-економічна криза: природа, шляхи і методи її подолання / А. А. Чухно // Економіка України. – 2010. – № 1. – С. 4–18.

КРИЗА УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

А. В. Гордієнко, УПЕП-21;

**В. В. Похилюк, науковий керівник к. е. н., доцент
кафедри економічної теорії та прикладної економіки,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

Криза – це багатоаспектна економічна категорія, система поглядів на економічну сутність якої перебуває в стані розвитку. Можна виокремити три підходи до визначення сутності криз: 1) криза як значна проблема або ситуація з високою імовірністю негативних наслідків; 2) криза як природний процес у життєдіяльності системи; 3) криза як порушення рівноваги соціально-економічної системи.

Продовження військового конфлікту на сході України, до якого додалася поточна політична криза, демотивуватиме інвесторів. Тому Україна може отримати фінансові ресурси від міжнародних фінансових організацій та країн-донорів для підтримки макроекономічної стабільності та реалізації задекларованих проєктів, від яких очікується віддача, не раніше 2017 р.

Існує глибоке дохідно-майнове розшарування українського суспільства, що зумовило політичну нестабільність у 2004 р. та 2013–2014 рр., не тільки не подолано, воно навіть збільшилося, оскільки

основний тягар реформ 2015 р. ліг на плечі небагатої, але значної частини суспільства, загрожуючи подальшим зростанням безробіття і падінням рівня життя населення. Україна має обмежені можливості стимулювання внутрішнього попиту, оскільки повинна продовжувати програму макроекономічної стабілізації.

Гальмування інфляції з 43,3 % в 2015 р. до бажаних 12 % у 2016 р. можливе передусім шляхом подальшого зниження реальної пропозиції грошей. У 2015 р., коли грошова маса в реальному обчисленні скоротилася на 30,1 %, а падіння ВВП становило 10,5 %, знизити інфляцію не вдалося, оскільки основною її причиною була стрімка девальвація. Не сприяє економічному зростанню і стан банківської системи, який характеризується як найвідсталіший у світі при найвищих цінах за надання фінансових послуг, що суттєво обмежує їх доступність і в 2016 р.

Щоб забезпечити перехід до зростання економіки, в Україні необхідно якнайшвидше диверсифікувати канали отримання як короткострокової, так і довгострокової ліквідності.

Останню вже цього року можна було б забезпечити цільовим рефінансуванням інфраструктурного та інноваційного будівництва інститутів розвитку, малого та середнього бізнесу, імпортозаміщення, інвестиційних проектів під розвиток обробної промисловості, хоча в реаліях 2014–2015 рр. збільшувався кредитний портфель добувної промисловості.

Додаткове надходження ліквідності важливо забезпечити також і за рахунок розширення ринку облігацій у тих успішних бізнесах, які збереглися і розвиваються навіть в умовах кризи. Крім того, слід терміново розширити іпотечний ринок – поряд з ОВДП, де збільшилась частка НБУ (77,2 % у 2015 р., 59,7 % – у кризовий 2009 р.).

В умовах падіння світових цін на експортні товари з України можливі втрати доходів через уже передбачені на 2016 р. зміни в системі оподаткування, тому утримувати дефіцит бюджету на рівні 3,7 % ВВП буде неможливо і доведеться скорочувати додаткову величину дефіциту бюджету.

Але згідно з бюджетним мультиплікатором, скорочення дефіциту на 1 % ВВП, за даними МВФ, веде до зниження темпів зростання ВВП в інтервалі 0,9–1,7 %. Тож для виконання умов програми МВФ доведеться або змінити закладені у неї відповідні показники (що непросто), або очікувати зниження показників зростання ВВП чи невиконання показників інфляції на рівні 12 %, що є найбільш імовірним з одночасною тенденцією до подальшої девальвації і відповідного падіння курсу гривні.

В умовах, що склалися, Україні потрібен «План Маршалла», інакше за домінуючого впливу глобального висококонкурентного економічного середовища, незалежно від нашої волі і неумисно спрацює так

званий «План Моргентау», який означатиме примітивізацію нашої економічної діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Білорус О. Г. Сучасний погляд на глобалізацію в контексті економічного розвитку України // *Фінанси України*. – 2008. – № 1.
2. Вахненко Т.П. Фінансова криза в Україні: фактори, механізми дії, заходи подолання // *Фінанси України*. – 2008. – № 10.
3. Долішній М. Головні напрямки стратегії виходу економіки України з кризи / М. Долішній, М. Козоріз // *Економіка України*. – 2008. – № 4.

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Д. Д. Белова, Ф-12і;

Т. О. Бодня, науковий керівник, асистент кафедри економічної теорії та прикладної економіки, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Втручання держави в економічне життя суспільства відбувалося протягом усього існування цивілізації. В різні часи погляди на роль та місце держави в регулюванні економічних відносин постійно пересмислювалися. На сьогоднішній день податки як форма відносин держави й суб'єктів економічної діяльності є інструментом перерозподілу ВВП, яким потрібно користуватися дуже обережно. Адже при зменшенні податкової частини ВВП зменшуються можливості держави вирішувати соціальні задачі; при збільшенні – зменшуються можливості економічного зростання країни. Пошук балансу у цьому питанні – одне із головних завдань державної податкової політики.

Розробка й використання в Україні податкової політики як засобу макроекономічного регулювання є одним з найактуальніших сучасних завдань. Вирішення його потребує вивчення світового досвіду впливу різних засобів податкової політики на економічні процеси. Однак слід враховувати, що в специфічних економічних умовах України ці засоби можуть мати зовсім інші наслідки, ніж у інших країнах, і ніж ті, на які розраховували при їх впровадженні. В умовах економічної та політичної нестабільності виробники інвестиційних і споживчих товарів під впливом стимулюючої податкової політики можуть відреагувати на зростання сукупного попиту не збільшенням обсягів виробництва, а їх скороченням і підвищенням цін.

Вигідні умови оподаткування будуть заохочувати зарубіжних платників податків спрямовувати свій капітал в країну. Отже, задля формування ефективної податкової системи, підвищення рівня податкової культури платників та забезпечення достатніх надходжень до бюджету

держави необхідно вирішити наступні завдання:

1. Удосконалити середовище оподаткування. Створити середовище, сприятливе для активізації підприємницької діяльності. Забезпечити рівність усіх платників перед законом та поступово сформувати відповідальне ставлення платників до виконання своїх податкових зобов'язань;
2. Поетапне зниження податкового навантаження на національну економіку з урахуванням збалансованості бюджетної системи;
3. Підвищення фіскальної ефективності обов'язкових платежів за рахунок удосконалення системи адміністрування, оптимізації податкових пільг та розширення податкової бази за рахунок зменшення масштабів ухилення від оподаткування;
4. Створення унікальних фіскальних умов для розвитку бізнесу та відновлення економіки країни;
5. Оздоровлення інвестиційного клімату – зниження ставок прямих податків, перехід до оподаткування розподіленого прибутку;
6. Виведення економіки з тіні – встановлення справедливих ставок податків та спрощення адміністрування;
7. Стабільність та передбачуваність податкового законодавства – запровадження мораторію на 3 роки щодо змін податкового законодавства.

Для поліпшення загальної ситуації з надходженням до бюджету необхідно досягти стабільності податкового законодавства, яке забезпечило б введення в дію законодавчих актів з питань оподаткування не раніше ніж через рік з моменту їх прийняття, незмінність ставок, пільг і правил оподаткування протягом щонайменше трьох років з моменту введення в дію актів податкового законодавства стосовно платників, які беруть участь у цільових державних інвестиційних програмах протягом всього терміну їх дії.

Україна має активніше залучатися до ведення дискусій із податкової проблематики на міжнародному рівні з метою формування позитивного іміджу України на міжнародно-правовій арені.

Список використаних інформаційних джерел

1. Петрович Й. Проблеми розвитку та шляхи вдосконалення податкової політики України // Банківська справа. – 2008 р. – № 6. – С. 43–49.
2. Податкова політика України: стан, проблеми та перспективи : монографія / П. В. Мельник, Л. Л. Тарангул, З. С. Варналій [та ін.] ; за ред. З. С. Варналія. – Київ : Знання України. – 2008. – 675 с.
3. Томчинська М. Оцінка податкової політики в Україні та її майбутні перспективи / М. Томчинська // Економіст – 2009 р. – № 6. – С. 46–54.
4. Офіційний сайт Державної Фіскальної Служби України: <http://sta-sumy.gov.ua>.

ОСОБЛИВОСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В. С. Тихолаз, УПЕП-21;

Т. О. Бодня, науковий керівник, асистент кафедри

економічної теорії та прикладної економіки,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сьогодні всі країни тією чи іншою мірою потерпають від глобальних проблем розвитку людства: погіршення екологічної ситуації, глобальне потепління, нерівномірне і неконтрольоване зростання населення в одних країнах і його катастрофічне зменшення – в інших, нелегальна міграція, торгівля людьми, наркоманія, контрабанда, нерівномірність соціально-економічного розвитку країн, періодичні глобальні фінансово-економічні кризи, брак продовольства та питної води, гонка озброєнь і розповсюдження зброї масового ураження, поширення релігійного екстремізму, тероризму та міжнародної злочинності.

Глобалізація – це формування міжнародного правового і культурно-інформаційного поля, інфраструктури міжрегіональних, у тому числі інформаційних обмінів.

За даними МВФ, ВВП на душу населення в Україні є низьким у світі (134-те місце), виробничо-промисловий комплекс України нездатний адаптуватися до попиту на світовому ринку. Практично всі вітчизняні товари, навіть ті, що мають високу якість, не відповідають міжнародним стандартам.

Велике значення для України має забезпечення міжнародної конкурентоспроможності її сільського господарства.

Для України стратегічно важливою метою має стати стимулювання структурних реформ усередині країни, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності у відкритому ринковому середовищі.

На жаль, сьогодні Україна недостатньо залучена до цих процесів, оскільки вона:

- значно відстає від провідних держав світу в галузі інформатизації та розвитку інформаційних технологій;
- перебуває лише на початку формування власних ТНК, конкурентоспроможних на глобальному рівні та здатних до здійснення глобальної стратегії розвитку;
- досить непослідовно запроваджує економічну лібералізацію;
- не приділяє належної уваги координації своєї зовнішньоекономічної політики з іншими пострадянськими й постсоціалістичними країнами, що розвиваються.

Майбутнє України – за інноваційною економічною політикою. Слід налагоджувати експортоспроможні високотехнологічні виробництва, ширше запроваджувати принципи вільної міжнародної торгівлі.

Як позитивний вплив глобалізації на Україну слід виокремити таке: ріст кількості та якості споживацької продукції на світовому ринку;

технологічний прогрес, унаслідок якого зменшується собівартість продукції, що випускається, і знижуються ціни на значну частину товарів масового попиту; значно ширший та вільніший доступ до інформації, поширення можливостей та способів комунікації у світовому масштабі; підвищення життєвого рівня, відносне покращання основних соціальних показників у більшості сфер життєдіяльності людини; покращання взаєморозуміння між різними культурами та цивілізаціями.

Щодо негативного впливу глобалізації на Україну, то до них можна віднести такі моменти: негативні тенденції в тій чи іншій країні або регіоні позначаються в кінцевому рахунку на рівні функціонування українського соціуму; погіршення стану довкілля, яке приноситься в жертву інтересам міжнародного бізнесу; збільшення міграційних потоків.

Сьогодні політики різного спрямування пов'язують майбутнє України з її рухом у певному напрямі – до Європи або до Євразії. Але Україна має повернутися передусім сама до себе і привести в дію величезні потенційні сили, не лише і не стільки економічні, скільки соціокультурні, тобто духовні сили української нації, без активізації яких навіть значне зростання економіки не здатне автоматично забезпечити політичну стабільність та консолідацію в суспільстві, вихід України на міжнародну арену як стратегічно впливового гравця.

Список використаних інформаційних джерел

1. Волович О. О. Глобалізація: переваги і загрози для нашої країни / О. О. Волович // Одеське видання. – 11.02.2012.
2. Вплив та наслідки світової глобалізації для економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: /Economics/15_107590.doc.htm. – Назва з екрана.
3. Дахно І. І. Міжнародна економіка : [навч. посіб.] / І. І. Дахно; 2-ге вид., випр. і доп. – Київ : МАУП, 2006. – 248 с.
4. Фурса О. О. Україна і глобалізація: проблеми і тенденції / О. О. Фурса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/fursa-oo-ukrayina-i-globalizatsiya-problemi-tatendentsiyi>. – Назва з екрана.

НЕПРЯМІ ПОДАТКИ ТА ЇХ РІЛЬ У ФОРМУВАННІ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Ю. О. Рудь, Ф-12і;

Т. О. Бодня, науковий керівник, асистент кафедри

економічної теорії та прикладної економіки,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У ринкових умовах важливого значення набувають непрямі методи втручання держави в економіку. Серед основних інструментів держав-

ного регулювання ринкової економіки визначальне місце посідають податки. За допомогою податкової політики держава може впливати на процеси як на макро-, так і на мікроекономічному рівнях, визначати темпи економічного розвитку на майбутнє. Вагоме місце у податковій системі кожної країни посідають непрямі податки. З огляду на це, проблеми їх впливу на економічні процеси і використання цього впливу в стимулюючому напрямі набувають актуальності. Від того, як побудована система непрямого оподаткування, залежить не тільки виконання нею фіскальної функції, але і стимулювання розвитку економіки держави.

Найбільшу частку в доходах Державного бюджету України 2016 року складають податкові надходження – 494,66 млрд грн (83,11 % від загального розміру доходів), що у порівнянні з 2015 роком більше на 84,69 млрд грн (20,66 %).

Найбільшу частку в структурі податкових надходжень у 2016 році складають внутрішні податки на товари та послуги (ПДВ та акцизи). Загальний обсяг надходжень від ПДВ та акцизів становить – 312,43 млрд грн, що на 72,4 млрд грн більше ніж було у 2015 р. відповідно – 240,03 млрд грн. Їх частка в загальних обсягах податкових надходжень також зростає з 58,55 % до 63,16 %. Темпи приросту податку становитимуть 30,16 %.

У 2016 відбулося зниження обсягів надходжень від мита на 18,03 млрд грн – з 37,67 млрд грн до 19,64 млрд грн, тобто на 18,03 млрд грн, це призвело й до зниження його частки в загальних податкових надходженнях на 5,22 % – з 9,19 % до 3,97 %. Темпи падіння становлять 47,86 %.

Надходження податку на додану вартість з вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) до державного бюджету станом на 14.04.2017 р. дорівнюють 48079,2291747 млн грн.

Наступним непрямим податком який наповнює державний бюджет України є акцизний податок. Станом на 01 січня 2017 року фактичні надходження акцизного податку склали 11,6 млрд грн.

У 2016 році у Полтавському районі надійшло 45,8 мільйонів гривень акцизного податку з роздрібного продажу підакцизних товарів, який зараховується до місцевого бюджету.

Останнім непрямим податком, який наповнює державний бюджет України є мито.

Характерна особливість сучасного етапу формування нормативно-правової бази щодо митної вартості товарів – спроби Держмитслужби вирішити проблемні питання з визначення і контролю митної вартості окремих видів товарів відомчими документами, в тому числі листами, що мають інформаційно-рекомендаційний характер.

Аналізуючи результати проведених досліджень, було визначено, що непрямі податки – це обов'язкові платежі, які сплачуються плат-

никами опосередковано через цінові механізми, причому сума податку не зменшує об'єкта оподаткування, а збільшує ціну товару.

Кожен з досліджених видів непрямих податків відіграє важливу роль у податковій системі України, забезпечуючи наповнення доходної частини бюджету та здійснюючи регулятивний вплив на економічні процеси в країні

Отже, непряме оподаткування відіграє важливу роль у вітчизняній економіці. Непрямі податки є не лише головним джерелом наповнення державного бюджету України, але й ефективним інструментом впливу на суспільне виробництво.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дрига А. Б. Непрямі податки в системі регулювання суспільного добробуту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. / Дрига А. Б. – Київ, 2002. – 16 с.
2. Офіційний сайт Державного казначейства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://treasury.gov.ua/main/uk/index>. – Назва з екрана.
3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>. – Назва з екрана.

СКЛАД ТА ПРИЗНАЧЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ФОНДОВОГО РИНКУ

М. М. Лупир, ОД 11-ї;

***Т. О. Бодня, науковий керівник, асистент кафедри
економічної теорії та прикладної економіки,***

***Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»***

Сучасний фондовий ринок це не просто сукупність операцій з цінними паперами, а чітко організована, багатокомпонентна, високотехнологічна система, що забезпечує оптимальні умови для реалізації інвестиційних планів суб'єктів заснованих на цінних паперах. Окрім інвесторів основними учасниками ринку цінних паперів виступають емітенти, які формуючи пропозиції інструментів, прагнуть залучити ресурси для забезпечення ефективності власної діяльності.

Інфраструктура визначає основний порядок практичних дій учасників ринку та юридичні аспекти оформлення угод. На сьогодні інфраструктура фондового ринку перебуває на стадії розвитку.

Якщо проаналізувати дані за січень-березень 2017 року, то можна сказати, що загальний обсяг випусків емісійних цінних паперів, зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів та фондового

ринку протягом 2016 року, становив 232,41 млрд грн, що більше на 83,91 млрд грн порівняно з 2015 роком (148,50 млрд грн).

Протягом 2016 року Комісією зареєстровано 128 випусків акцій на суму 209,36 млрд грн. Порівняно з 2015 роком обсяг зареєстрованих випусків акцій збільшився на 87,06 млрд грн.

Комісією протягом с 2016 року зареєстровано 118 випусків облігацій підприємств на суму 6,76 млрд грн. Порівняно з 2015 роком обсяг зареєстрованих випусків облігацій підприємств зменшився на 4,66 млрд грн.

Протягом 2016 року Комісією зареєстровано 9 випусків опціонних сертифікатів на загальну суму 198,88 млн грн, що порівняно з 2015 роком більше (198,66 тис. грн)

Недостатній рівень розвитку інфраструктури продукує вагомі загрози, пов'язані, насамперед, з недотриманням прав учасників ринку, зокрема інвесторів.

Ліквідний, надійний та прозорий ринок цінних паперів має забезпечити реалізацію національних інтересів України, сприяти зміцненню економічного суверенітету.

Фондовий ринок України продовжує розвиватися. Сьогодні можна впевнено говорити про повне формування та функціонування інфраструктури фондового ринку.

Отже, розвиток інфраструктури фондового ринку України повинен відбуватися за міжнародними стандартами, але з урахуванням специфіки нашої країни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Василик О. Д. Теорія фінансів : підручник. / О. Д. Василик. – Київ : НІОС, 2014. – С. 416.
2. Гапонюк М. А. Інфраструктура фондового ринку України: проблемні питання та перспективи розвитку / М. А. Гапонюк // Збірник праць Національного університету державної податкової служби України. – 2010. – № 2. – С. 36–44.
3. Львовчкін С. Фінансова інфраструктура ринкової економіки: концептуальні підходи / С. Львовчкін // Економіка України. – Київ. – 2013. – № 11. – С. 57–71.
4. Мельник В. А. Ринок цінних паперів. Довідник керівника підприємства. Спеціальний випуск / В. А. Мельник. – Київ : А.Л.Д., ВІРА-Р, 1998. – С. 560.
5. Федосов В. М. Інституційна фінансова інфраструктура України: сучасний стан та проблеми розвитку / В. М. Федосов // Фінанси України. – Київ. – 2008. – № 12. – С. 3–21.

ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

К. А. Семенова, МЕ-21;

Т. О. Бодня, науковий керівник, асистент кафедри економічної теорії та прикладної економіки, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Фінансова криза – глибокий розлад фінансової системи держави, зумовлений економічними й політичними чинниками [2].

Останнім найсильнішим випробуванням для країн стала світова фінансова криза 2008 року. Фінансова криза почалася з банкрутства американського інвестиційного банку Lehman Brothers, яке відбулося 15 вересня 2008 року. Варто відмітити, що цьому передувало, те, що Bank of America і британській Barclays припинили переговори про придбання Lehman. Ця новина негативно вплинула на основні біржові котирування, зокрема індекс Dow Jones упав на 2,78 % [3].

Хвиля даної фінансової кризи прокотилась не лише по території Сполучених штатів Америки, а й нанесла значний вплив на розвиток та функціонування інших держав (в тому числі європейських).

Про те, що Україна перебуває в стані фінансово-економічної кризи свідчили основні її макроекономічні показники, такі як: ВВП, рівень інфляції, торговельне сальдо, рівень безробітних, стан гривні, політична роздробленість уряду і соціальна нерівність населення. Проте найбільшої уваги зосереджено саме на зменшенні виробництва, адже цей фактор є ключовим при вирішенні проблем, отриманих внаслідок кризи [2].

Україна – єдина серед європейських країн, яка застрягла у міжкризовому просторі. Після глобальної кризи 2008–2009 років більшість країн відновили позитивну економічну динаміку, Україна ж сьогодні знову потерпає від кризових проявів. Нинішня вкрай слабка економічна динаміка України в умовах триваючої військової агресії, поглиблення негативних тенденцій в економіці, низького рівня довіри до системи державного управління, високої корупції, слабкої фінансової дисципліни, низької інвестиційної привабливості та надмірного боргового навантаження вказує на утримання «переддефолтних» ризиків для України і втрату країною достойного місця у світовій економіці.

Для більш точної характеристики економічного стану України за 2014–2016 рр. звернемося до табл. 1.1.

За даними таблиці 1.1 бачимо, що основні показники економіки України у січні-червні 2015 року погіршились у порівнянні з 2014 роком. Так, ВВП знизилось на 17,6 %, а реальна заробітна плата на 22,5 %. Індекс споживчих цін натомість зріс майже на 50 %.

Таблиця 1.1 – Рівень реального ВВП та безробіття за 2014–2016рр.

	Реальний ВВП			Безробіття		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Україна	–6,8	–5,5	2,0	10,5	11,5	11,0
Росія	0,6	–3,8	–1,1	5,1	6,5	6,5
Єврозона	0,9	1,5	1,6	11,6	11,1	10,6
Великобританія	2,6	2,7	2,3	6,2	5,4	5,4
США	2,4	3,1	3,1	6,2	5,5	5,1
Розвинені країни	1,8	2,4	2,4	7,3	6,9	6,6

Джерело: [4].

Слід зазначити, що індекс інфляції в 2014 році склав 124,9 %, а в 2015 році – 143,3 %, що говорить про значне послаблення стану економіки України за ці роки [1].

За період 2016 року економічний стан України покращився. Рівень ВВП та реальної заробітної плати за цей рік зросли, а курс долара з кожним днем знижується. Звичайно, на тлі дорожчання нафти основні показники економіки України є не настільки позитивними, якими б вони могли бути, але можна ствердити, що економіка країни нарешті покращується. Аналітики стверджують, що така тенденція продовжуватиметься і в 2017 році.

Список використаних інформаційних джерел

1. Індекс інфляції (Україна) [Електронний ресурс]. – Текст. Дані. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/inf/?2015> – Назва з екрана. – Дата звернення 03.04.17.
2. Петрик О. Ю. Фінансова криза в Україні та заходи щодо її подолання / О. Ю. Петрик «Вісник НБУ»; 2009. – С. 4–10.
3. Чуб О. В. Банківські кризи у глобальному середовищі / О. В. Чуб «Банківська справа»; 2011. – С. 89–94.
4. Що чекає світову економіку? [Електронний ресурс]. – Текст. Дані. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/349382/shho-chekae-svitovu-ekonomiku>. – Назва з екрана. – Дата звернення 05.04.17.

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

А. Ю. Василенко, УПЕП-21;

Т. О. Бодня, науковий керівник, асистент кафедри економічної теорії та прикладної економіки,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Поняття «рівень життя» найчастіше означає ступінь задоволення матеріальних, духовних і соціальних потреб населення. Водночас і розмір заробітної плати, і рівень життя визначаються масштабами та

ефективністю виробництва, станом науково-технічного прогресу, культурно-освітнім рівнем населення, національними особливостями, політичною владою тощо.

З позицій концепції людського розвитку найповніше сутність рівня життя розкриває таке визначення: рівень життя – це комплексна соціально-економічна категорія, що відображає рівень розвитку фізичних, духовних і соціальних потреб людей, ступінь їх задоволення та умови у суспільстві для розвитку й задоволення цих потреб.

Відповідно до конвенцій Міжнародної організації праці кожна людина має право на такий життєвий рівень (включаючи продукти харчування, одяг, житло, медичний догляд, соціальне обслуговування), який необхідний для підтримання здоров'я і добробуту її та її родини, а також право на забезпечення в разі безробіття, непрацездатності, втраченого годувальника і т. ін.

Поділ показників на об'єктивні і суб'єктивні пов'язано з обґрунтуванням змін в життєдіяльності людей: перші мають об'єктивну (економічну, технічну і т. д.) базу, другі – суб'єктивна думка, суб'єктивну оцінку задоволеності працею, сімейними відносинами, доходами, роботою, спосіб життя і т. п. окремих осіб і груп населення.

Життєдіяльність будь-якої людини визначається широким спектром природних і суспільних чинників, починаючи з стану повітряного і водного середовища, житлово-побутових і виробничих умов, обсягу і якості споживчих товарів і закінчуючи загальною соціально-економічною і екологічною ситуацією, а також станом політичних інститутів.

Якість життя – це характеристика рівня та умов життя населення. Якість життя населення даної території визначається рядом економічних, соціальних, демографічних, екологічних, географічних, політичних і моральних факторів. Серед об'єктивних факторів – споживання продуктів харчування, житлові умови, рівень зайнятості, розвиток сфери послуг, освіти, соціального забезпечення та ін., серед суб'єктивних – задоволення роботою і життєвими умовами, соціальним статусом індивіда, фінансовим становищем сім'ї тощо.

Соціальний добробут родини є індикатором якості життя, тому після досягнення певного рівня добробуту особлива увага суспільства приділяється психосоціальним і духовним аспектам життя населення.

Показники рівня та якості життя населення України підтверджують, що міри які держава приймає для поліпшення життя (підвищення мінімальної заробітної плати, прожиткового мінімуму, тощо) є недостатніми.

Українська держава в умовах відсутності достатніх фінансових коштів повинна створити такі умови, щоб працездатне населення змогло само реалізуватися та забезпечити якісне життя, а непрацездатне – отримало достойний соціальний захист.

Список використаних інформаційних джерел

1. Махсма М. К. Рівень життя населення [Електронний ресурс] : Економіка АПК № 3. – 2015. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis-nbuv>. – Назва з екрана.
2. Мазурок П. Л. Державна політика щодо регулювання рівня життя населення та зниження бідності / П. Л. Мазурок // Україна: основні аспекти праці. – 2012, № 5. – С. 32–48.
3. Петров О. О. Економіка і підприємництво: сучасні реалії / О. О. Петров // Рівень життя України на сучасному етапі – 2010, № 1. – С. 58.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСТВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Т. В. Писаренко, ГРС-23;

Т. О. Бодня, науковий керівник, асистент кафедри

економічної теорії та прикладної економіки,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Глобалізація економічної діяльності є однією з головних тенденцій у розвитку сучасного світу, що суттєво впливає не лише на економічне життя, але й має політичні, соціальні та навіть культурно-цивілізаційні наслідки.

Поняття «глобалізація» увійшло в науковий обіг у 80-ті рр. ХХ ст. як відображення фундаментальних перетворень сучасної світової економіки, зумовлених посиленням дії загальноцивілізаційних законів та закономірностей, які охоплюють усі сфери суспільного життя й формують постіндустріальну цивілізацію [2, с. 12].

Глобалізація не однорідна для всього світу. Одні країни та регіони більше втягнуті в цей процес, інші – менше. Насамперед це пов'язано з рівнем розвитку країни, її здатністю до технологічних інновацій, досвідом здійснення транскордонної діяльності. Невипадково, що розвинені країни є лідерами глобальної інтеграції, тоді як найбільш розвинені країни продовжують перебувати в її ар'єргарді [2, с. 34–35].

Наприклад, на сьогодні США і Західна Європа контролюють понад 70 % світових ресурсів. 20 % країн розпоряджаються 84,7 % світового ВВП, на їхніх громадян припадає 84,2 % світової торгівлі та 85,5 % заощаджень на внутрішніх рахунках [1, с. 52].

Сьогодні на авансцену світового економічного життя виступають нові учасники, які поряд з традиційними стають головними законодавцями моди у світогосподарських процесах. Так, сьогодні виділяють вісім нових основних суб'єктів, що здійснюють вирішальний вплив на світогосподарські процеси. Це:

а) міжнародні організації – Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Продовольча і сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй (ФАО), Міжнародна організація праці (МОП), Світова організація торгівлі (СОТ);

б) країни «великої сімки» – G 7 (чи вісімки, G 8, разом з Росією);

в) регіональні організації, яких налічується близько 60;

г) багатонаціональні корпорації (понад 60 тисяч);

д) інституціональні інвестори (пенсійні та інвестиційні фонди, страхові компанії);

е) неурядові організації;

є) великі міста;

ж) окремі видатні особистості (науковці – лауреати Нобелівської премії, університетські професори, відомі фінансисти, підприємці та ін.) [1, с. 14].

Наголошуючи, зокрема, про роль великих міст, необхідно зазначити, що, наприклад, в одному лише Токіо виробляється вдвічі більше товарів та надається послуг, ніж у всій Бразилії.

Однією із найхарактерніших особливостей сучасного етапу світогосподарського розвитку є все більш зростаючий масштаб діяльності транснаціональних корпорацій (ТНК). ТНК розвинених країн відіграють головну роль у глобалізації сучасного економічного життя. Перш за все це виявляється в значному зростанні кількості материнських компаній ТНК та їхніх зарубіжних філій. Якщо у 1950-х роках ТНК лише почали створюватися, то на 1980 рік ТНК було 11 тис. і 104 тис. зарубіжних філій, у 1990 році відповідно 36 тис. і 171 тис. За даними ООН, у 2015 році у світі налічувалось понад 84 тис. ТНК у яких працювали понад 91 млн осіб. Кількість зарубіжних філій становило понад 850 тис. При цьому на території промислово розвинутих країн розміщується понад 80 % материнських компаній і близько третини філій; у країнах, що розвиваються, – 19,5 % і майже 50 % відповідно, на території колишніх соціалістичних країн – близько 0,5 % і 17 % [3, с. 93–95].

Таким чином, ми бачимо, що глобалізація національних господарств має позитивний вплив на розвиток світової економіки. Складаються спільні цінності (економічна стабільність, права людини, економічна безпека тощо) та інтереси, на основі яких формуються глобальні цілі діяльності світового господарства. Все це відкриває перед народами широкі перспективи для співробітництва і залучення до користування досягненнями світової цивілізації. Але з іншого боку, глобалізація несе і негативні наслідки для самих же національних господарств: закріплення периферійної моделі економіки, втрата своїх ресурсів країнами, що не входить в «золотий мільярд», розорення малого

бізнесу тощо. Тому глобалізація національних господарств повинна бути такою, щоб в умовах посилення глобалізаційних процесів створити таку світову систему, яка дозволила б дістати від глобалізації максимально позитивний ефект, знизивши до мінімуму втрати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стукало Н. В. Глобалізація та розвиток фінансової системи України : монографія / Н. В. Стукало. – Донецьк : Інновація, 2006. – 248 с.
2. Фейгин Г. Ф. Национальные экономики в эпоху глобализации: перспективы России / Г. Ф. Фейгин. – Санкт-Петербург : Изд-во СПб ГУП, 2008. – 200 с.

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

О. В. Ревяко, Пс-21;

***О. В. Машевская, научный руководитель, ст. преподаватель
кафедры права и экономических теорий, УО «Белорусский торгово-
экономический университет потребительской кооперации»***

Результативная внешняя политика направлена на достижение устойчивого роста экспортного потенциала национальной экономики с целью обеспечения внешней сбалансированности и положительного счета текущих операций платежного баланса. Конечным результатом реализации данных задач станет выход республики на устойчивое положительное сальдо внешней торговли и увеличение удельного веса национальных товаров и услуг на мировом рынке.

Однако стоит отметить, что проводя стимулирование экспорта, не стоит сбрасывать «со счетов» влияние и уровень реализации приоритетов экономического развития самой страны. Например, таких, как: уровень инновационности национальной экономики и ее способность быстро и адекватно воспринимать мировые инновации, поддержка правительства в создании и стимулировании инвестиционного климата, в создании условий для институциональной среды, привлечение высококвалифицированного человеческого капитала, снижении импортоемкости в национальной экономике, и др.

Также внешнеторговая политика Беларуси проводится с учетом таких принципов, как:

- гибкость и адаптивность;
- многовекторность и сбалансированность;
- активность позиции государства в регулировании внешнеторговой деятельности;
- умеренного (избирательного) протекционизма;
- регионализации внешнеторговых связей.

Если рассматривать результаты реализации направлений Национальной программы поддержки и развития экспорта Республики Бе-

ларуси за прошедшие пять лет, то в целом удалось:

- расширить возможности бизнеса для работы на экспортном направлении. Так, стартовали инновационные экспорто-ориентированные проекты, такие как, Китайско-Белорусский индустриальный парк «Великий камень»;
- освоить новые рынки с применением механизмов стимулирования и поддержки экспортеров (с 156 в 2011 г. до 166 в 2015 г.);
- сбалансировать счет текущих операций платежного баланса, что в 2015 г. выразилось в положительном сальдо внешней торговли товарами и услугами в размере 0,2 млрд долл. США, или 0,4 % от ВВП;
- создать новые экспорт – ориентированные товары (количество экспортных товарных позиций выросло с 1 033 в 2011 г. до 1 057 в 2015 г.);
- усовершенствовать систему и гармонизировать правила кредитования и страхования белорусского экспорта со стандартами Европейского союза;
- увеличить долю белорусских товаров на уже освоенных рынках сбыта за счет создания сборочных производств за рубежом и вхождения экспорт ориентированных белорусских организаций в транснациональные структуры, организации логистических и сервисных структур (на 01.01.2016 г. национальными промышленниками создано 132 сборочных производства в 22 странах).

Вместе с тем, ряд запланированных показателей не были выполнены. Причиной послужило резкое ухудшение конъюнктуры в 2014 г. на внешних рынках, что сократило экспорт товаров и услуг до 43,3 млрд долл. США, но и в следующем, 2015 г. экспорт составил всего 75,9 % к уровню 2014 г.

Ведущие позиции в экспорте 2015 г. занимали пять стран, удельный вес которых составил 68 % от всего экспорта (Россия – 38,9 %, Украина – 9,4 %, Великобритания – 11,2 %, Нидерланды – 4,3 %, Германия – 4,1 %) [1]. При этом стоит отметить, что за последние два года в целом наметилась тенденция к снижению удельного веса российского рынка в общем объеме экспорта при росте доли стран «дальней дуги».

Поэтому мы в своем исследовании предлагаем проводить SWOT-анализ развития национального экспорта, и учитывать слабые стороны, чтобы предотвращать угрозы со стороны конкурентов мирового масштаба, а так же использовать сильные стороны, чтобы стимулировать реализацию потенциальных возможностей страны.

Правительство Беларуси продолжает работу по развитию внешне-торговой политики, о чем свидетельствует Национальная программа поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 годы. Реализация данной Программы направлена на увеличение объемов экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью, развитие экспорта технически и технологически сложной продукции, а также на

стимулирование и увеличение экспорта наукоемких и интеллектуальных услуг (инжиниринговых, технических, компьютерных, образовательных).

Список использованных информационных источников

1. Национальная программа поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс] : утверждены Постановлением СовМина от 01.08.2016 г. № 604. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2016/>. – Название с экрана.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

А. Пулькина, Пс-21;

О. В. Машевская, научный руководитель, ст. преподаватель кафедры права и экономических теорий, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Особенности реализации и применяемые инструменты внешней торговли являются предметом изучения и споров ряда ученых-аналитиков Беларуси. Теоретически доказано, что внешнеторговая политика опирается на две концепции: свободной торговли и протекционизма. При этом, свободная торговля основывается на том, что хозяйственное поле страны не имеет экономических и юридических запретов для проникновения иностранных товаров и капиталов. А протекционизм предполагает защиту национального производства за счет введения барьеров для иностранных производителей [1].

Характер протекционизма и соответственно средства торговой политики (запрещение ввоза, ставки пошлин, и т. д.) изменялись в зависимости от общей экономической политики, проводимой в той или иной экономической системе. В современных трансформационных условиях существует необходимость разработки концепции внешнеторговой политики республики с малой экономикой с учетом экономических интересов на основе сравнительных преимуществ и инновационного развития экономики Беларуси с целью повышения конкурентоспособности продукции и эффективности белорусского экспорта, оптимизации структуры импорта и решения проблемы отрицательного сальдо торгового баланса.

Мы считаем, что одним из эффективных способов развития экономики Беларуси является экспортоориентированная модель развития внешнеэкономических связей, и развитие производств на местных ресурсах, что является резервом импортозамещения. Сегодня в республике действует единая схема по импортозамещению, в соответствии с которой выделено три группы товаров: 1) товары, аналоги которых производятся в Беларуси, но по качеству проигрывают импортным;

2) товары, которые не производятся в стране, не осваиваются в рамках госпрограмм; 3) товары, которые импортируются, т. к. их производство в Беларуси признано нецелесообразным (это 16 % всего импорта). Поэтому Правительство поставило задачу коренного пересмотра перечня масштабного освоения продукции.

Мы также считаем, что необходимо дальнейшее совершенствование методов тарифного регулирования, что позволит оптимизировать методы защиты белорусских производителей, не совсем готовых к функционированию в условиях свободной конкуренции. И одной из причин невысокой конкурентоспособности белорусской продукции является ее относительно высокая стоимость. В ценовом факторе конкурентоспособности белорусской продукции определяющее значение имеет стоимость природно-сырьевых и энергетических товаров. Так, горюче-смазочные материалы в России в 2 раза дешевле, природный газ – в 4 раза, электроэнергия – в 3,5 раза. Мы знаем, что состояние экономики Беларуси напрямую зависит от цен на энергоносители. При повышении цен на российские энергоносители Беларусь импортирует российскую инфляцию. Между затратами на энергоресурсы и сальдо торгового баланса РБ можно проследить зависимость: чем меньше затраты, тем меньше дефицит.

Для Беларуси, как страны с малой экономикой, научный и практический интерес представляет определение ее места в международном разделении труда, направления экспортной специализации в условиях конкурентного давления со стороны стран с большим промышленным потенциалом, обоснование приоритетов и совершенствование экономических механизмов развития внешнеторгового сотрудничества с Россией, странами Евросоюза, Латинской Америки, а также Азии, Африки [2]. Республика Беларусь имеет двойную специализацию в международном разделении труда: по отношению к странам СНГ она экспортер готовой продукции и импортер сырья, к странам дальнего зарубежья – наоборот.

Вместе с тем, стоит признать, что в стране отсутствует концепция внешнеторговой политики с учетом специфики малой экономики и тенденций развития международной торговли начала XXI в. Мы считаем, что в центре внешнеторговой политики Беларуси должна быть совокупность мер, направленных на повышение экспортного потенциала страны, рост конкурентоспособности выпускаемой продукции, оптимизацию внешнеторгового сальдо.

Список использованных информационных источников

1. Нечай А. А. Внешнеторговая политика развивающихся стран: от импортозамещения к экспортоориентированной модели [Электронный ресурс] / А. Нечай // Журнал международного права и международных отношений. – 2006. – № 1. – Режим доступа: <http://evolutio.info/content/view/988/168/>. – Название с экрана.

2. Давыденко Е. Л. Внешнеторговая политика Республики Беларусь в условиях глобализации / Е. Л. Давыденко // Беларусь и мировые экономические процессы : сб. науч. ст. Вып. 9. – Минск, 2012. – С. 83–105.

ОСОБЕННОСТИ КОНСЕРВАТИВНОЙ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГЕРМАНИИ

С. М. Горбатенко, К-21;

**Л. Н. Кривошеева, научный руководитель, к. э. н., доцент,
доцент кафедры права и экономических теорий, УО «Белорусский
торгово-экономический университет потребительской кооперации»**

Консервативная модель (институциональная, или континентальная европейская) построена на принципе обязательного трудового участия и зависимости степени социального обеспечения от эффективности и продолжительности труда. Высокий уровень социального обеспечения гарантирован тем, кто в течение трудовой деятельности уплачивал взносы в соответствующие страховые фонды. Наиболее полно консервативная модель социальной политики была реализована в Германии. Начиная с 2015 года, здесь была введена программа «Новый старт в Германии: вместе – мы – сила!». Эта программа предусматривает три направления: для беженцев, для длительное время безработных лиц и нового старта для работодателей.

Для беженцев разработаны меры, базирующиеся на языковых и интеграционных курсах, практике и профессиональной подготовке. По возможно максимальному и быстрому вхождению на рынок труда. Путь к «новому началу» базируется на языковых и интеграционных курсах, практике и профессиональной подготовке.

Новый старт для длительно неработающих означает прохождение переподготовки или переквалификации, повышение квалификации, персональную помощь, социальные выплаты на содержание детей, а также психологическое сопровождение. В рамках данной программы лица, имеющие статус беженца, получают неограниченный доступ на образовательный рынок и рынок труда.

Новый старт для работодателей предполагает, что неработающим длительное время при трудоустройстве могут не платить первые шесть месяцев обязательный минимум заработной платы, как и не платить его в период трех месяцев практики. Особый упор делается на убеждение работодателей важности прохождения работниками курсов переподготовки и повышения квалификации.

С января 2016 года пособие по безработице было увеличено до 404 евро. В безработных семьях пособие на родителей-одиночек составляет 404 евро, на подростков от 14 до 18 лет – 306 евро, на детей от 6 до 14 лет – 270 евро, на детей до 6 лет – 237 евро [1].

В Германии развит институт страхования. Взносы по социальному страхованию зависят от уровня доходов. Каждый работник платит фиксированный процент на медицинские страховки, страхование по безработице, пенсионные отчисления. Однако имеется предельная граница отчисления.

Пенсионные выплаты в 2015 году возросли на 1,6 % в западной части Германии. На 2,53 % – в восточных землях. Увеличение затронуло порядка 20 млн пенсионеров. Однако с 2016 года впервые, пенсионеры, выплаты которым превысили необлагаемую налогом сумму, должны были платить налоги. Пенсионный возраст в Германии с 2016 года – 65 лет и 5 месяцев. В ближайшие несколько лет планируется новое увеличение

С 1 января 2015 года обязательными стали электронные страховые медицинские карты. В отличие от предыдущих на них размещено фото владельца и содержится больше информации, т. е. не только, как раньше: ФИО, дата рождения, адрес, но и данные об индивидуальной непереносимости лекарственных препаратов.

Произошли также изменения в выплатах по уходу за ребенком. Теперь родители должны выбирать между «выплатами по уходу за ребенком» и, так называемыми, «выплатами плюс». Во втором случае родитель может не 14 месяцев, как раньше, получать финансовые выплаты, а в два раза больше, то есть 28 месяцев, но выплаты каждый месяц будут на 50 % меньше. В то же время, родитель, выбравший 14 месяцев поддержки, может использовать свое право на уход за ребенком до 24 месяцев в период между третьим и восьмым годами жизни ребенка[1].

Процессы глобализации в сочетании с трансформацией социально-политических систем привели к качественно новому этапу миграционных процессов, характеризующемуся интенсификацией миграционных потоков и усложнением социальных проблем, вызванных ими. Число беженцев, прибывших в ФРГ в 2016 году, составило 280 тысяч человек. Это в три раза меньше, чем годом ранее (890 тысяч). Данные процессы привели к некоторому снижению социальных проблем в Германии, вызванных миграционной ситуацией. В этом плане можно выделить: строгое соблюдение антидискриминационного законодательства в трудовой сфере; постоянный мониторинг уровня толерантности в обществе и реализацию программ по преодолению ксенофобских настроений.

Таким образом, немецкая социальная система стала самостоятельной реальностью, значительным фактором, реагирующим на интересы различных социальных слоев. А это означает, что государство четко осознает к чему ведет ошибочное определение сфер активности и невнимание к сегментам, требующим на данном этапе активной государственной поддержки.

Список используемых информационных источников

1. Социальное государство в Германии: крах, разрыв или траектория адаптации // Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2016. – № 2 (10). – С. 154–161.
2. Германия заявила о снижении числа беженцев в три раза за прошлый год / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2017/01/11/germanyrefugees>. – Загл. с экрана. – Дата доступа: 10.04.2017

GOVERNMENT REGULATION OF AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

K. D. Baimukhanov, GMU 33;

S. S. Tleuberdiyeva, scientific adviser, candidate of economic sciences, senior lecturer of «Management» Eurasian National university of L. N. Gumilev

The state management of the agro-industrial complex should be understood as direct administrative influence on the organization of the agro-industrial complex, carried out mainly through local rule-making and administrative methods of discretion.

The state regulation of the agro-industrial complex implies indirect (mediated, that is, carried out mainly by economic incentives), management influence on socio-economic processes (distribution, exchange and consumption) in both the public and private sectors of agro-industrial production. The objects of state regulation appear all the organizations of the agro-industrial complex, regardless of their legal status. Public administration is closely connected with the notion of state regulation. This system in its entirety is a tool for implementing the agrarian policy of the state [1].

According to the program for the development of the agro-industrial complex in the Republic of Kazakhstan for 2013–2020, at present the policy of state regulation of the agro-industrial complex development is implemented in the following forms:

- provision of various forms of state support among the subjects of the agro-industrial complex in the form of subsidies, public procurement, etc.
- application of financial instruments that support the conditions for the renewal of the main production assets – the fleet of agricultural machinery, equipment, livestock;
- ensuring the availability of financial and credit instruments for agribusiness entities;
- creation of comfortable conditions for attracting investments into development projects of the agro-industrial complex;
- support for export of products;

- provision of public services in the field of veterinary and phytosanitary security, control over the expenditure of budgetary funds;
- preservation and development of the infrastructure necessary for the development of the agro-industrial complex of the Republic of Kazakhstan – transport, water, storage, etc.
- development of branch science and dissemination of agrotechnical knowledge;
- qualified management of the development of the agro-industrial complex of the Republic of Kazakhstan.

The elaboration of an agrarian policy should be based on identifying the goals of the development of agro-industrial production for a given period of time and state economic policy. The specification of the global goal of the country's economic development is achieved by achieving the goals of sectoral or functional subsystems of the agricultural sector in aggregate, also by developing evidence-based strategy and tactics, concretised in its implementation activities and by setting the terms and criteria to achieve the intermediate targets.

Agrarian policy is a way of solving the problems facing the state in terms of optimizing the scale and quality parameters of agro-industrial production. The basis for the formation of agrarian policy should be an analysis of the industry in terms of the intensity or extensiveness of historical development paths, the place of the industry in the real economy sector; character, level and types of competition, as an obligatory element of the market; pricing, financing, credit, insurance, taxation and many other factors, ignoring at least one of which may lead to failure to achieve the goals of economic development of the country's economy as a whole.

Drawing conclusions, it can be noted that state support for agriculture today is the basis for creating the most effective system for the development of state regulation of agriculture.

State support for agriculture can be carried out in the form of agrarian grants, subsidies and direct payments. State subsidies occupy over 20 % of the total income of the agricultural enterprise. All direct payments, grants, subsidies identified in the programs adopted by the Government agreed with the agrarian commission of Eurasian Economic Union. The total income of agricultural enterprises is formed from the proceeds from the sale of agricultural products.

References

1. Program for the development of the agro-industrial complex in the Republic of Kazakhstan for 2013–2020 (Agribusiness – 2020).
2. Aytakhanov K. A. Gosudarstvennoe regulirovanie razvitiya sel'skogo khozyaystva. – Astana, 2010. [In Russian]

СЕКЦІЯ 6 ПРАВО І СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ

ОСНОВНІ ВИМОГИ ПРАВОЗАСТОСОВЧОЇ ТЕХНІКИ

Р. Ю. Юрченко, ПР-11;

**С. О. Гладкий, науковий керівник, д. ю. н., професор
кафедри правознавства, Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»**

Сучасний розвиток практики правозастосування в Україні, з однієї сторони, вимагає неухильного дотримання певної сукупності обов'язкових вимог, які висуваються до професійної діяльності суб'єктів, а з іншої сторони – потребує чіткого підпорядкування змісту і структури актів правозастосування правилам юридичної техніки, що визначає юридико-технічну досконалість самих документів та професіоналізм діяльності суб'єктів правозастосування.

Питання щодо основних вимог правозастосовчої техніки тривалий час перебуває в центрі уваги вчених. Правозастосуванню в цілому й окремим проблемам правозастосовчої техніки заслуговують на увагу праці М. Александрова, С. Алексєєва, І. Бенедика, Є. Додіна, І. Дюрягіна, В. Горшенєва, В. Лазарева, Я. Михалюк, П. Недбайла, С. Олейникова, П. Рабіновича.

Принципи правозастосовчої діяльності – система вимог до належної та можливої поведінки людей, які відображають визнані у суспільстві цінності і утворюють, спрямовану на регулювання суспільних відносин єдність.

Основні вимоги правозастосовчої техніки слугують надійними юридичними орієнтирами, які спрямовують діяльність правозастосовчих органів. Їх дотримання гарантує неприпустимість порушення законності, забезпечує необхідну диференціацію правового регулювання, послідовне утвердження соціальної справедливості, стабільність юридичної практики, сприяє підвищенню ефективності та якості правозастосування.

Відповідно, правозастосовча діяльність повинна здійснюватись з дотриманням певних критеріїв. Ці критерії називаються вимогами щодо процесу та результату правозастосування. Основними вимогами, яким має відповідати правозастосування, є: законність, обґрунтованість, справедливість, доцільність.

Вимога законності полягає в тому, що процес виконання норм права має відбуватися у відповідності до законодавчо встановленої процедури та у межах, встановлених законом. Разом з тим слід враховувати зауваження Ю. Тихомирова про те, що реалізації принципу

законності в правозастосовчій діяльності суб'єктів права часто заважає неправильне трактування відомого принципу «дозволено все, що не заборонено законом» [2, с. 74].

На нашу думку, обґрунтованість є одним з визначальних принципів здійснення правозастосовчої діяльності та є передумовою винесення законного рішення по справі. С. Лисенков вважає, що застосування норм права буде правильним та ефективним лише тоді, коли цей процес буде законним та обґрунтованим [1, с. 214].

Крім того, обґрунтованість ухвалених рішень є необхідною умовою, яка уможливорює не лише його законність та справедливість, але й здійснення опротестування неправосудних рішень. Так, наприклад, у ст. 309 Цивільного процесуального кодексу України в якості підстав для скасування рішення суду першої інстанції і ухвалення нового рішення або зміни рішення є: неповне з'ясування судом обставин, що мають значення для справи; недоведеність обставин, що мають значення для справи, які суд вважав встановленими; невідповідність висновків суду обставинам справи [3].

Крім того, обґрунтованість ухвалених рішень є необхідною умовою, яка уможливорює не лише його законність та справедливість, але й здійснення опротестування неправосудних рішень.

Справедливість – це вимога до актів застосування права, відбиває ідею про соціальну справедливість суспільства, означає усвідомлення правильності рішення справи з погляду інтересів народу і держави, переконаність особи, що застосовує право, а також навколишніх у тім, що прийняте рішення служить інтересам, а також найбільше послідовно відповідає потребам і інтересам окремих громадян, колективів, колективів підприємств, заснувань.

Принцип доцільності полягає у відповідності діяльності правозастосовчих органів конкретним умовам місця й часу, враховуючи характерні риси особи, щодо якої приймається рішення, специфіку (особливість) ситуації.

Таким чином, правозастосовча техніка повинна відповідати сутнісним вимогам здійснення правосуддя, що, в свою чергу, вимагає усвідомлення значення основних принципів права для регулювання суспільних відносин.

Список використаних інформаційних джерел

1. Теорія держави і права : [навч. посіб.] / [за заг. ред. С. Л. Лисенкова, В. В. Копейчикова]. – Київ : Юрінком Інтер, 2002. – 368 с.
2. Тихомиров Ю. А. Административное управление право / Ю. А. Тихомиров // Журнал российского права. – 2008. – № 4. – С. 70–79.
3. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 № 1618-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/1618-15. – Назва з екрана.

ПРАВОВІ АСПЕКТИ РЕФОРМУВАННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Д. В. Усенко, Пр-41і;

Г. В. Терела, науковий керівник, к. і. н., доцент,
доцент кафедри правознавства, Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Практика державної розбудови вимагає створення цілісної, прозорої бюджетної системи й організації сучасної моделі міжбюджетних відносин, які сприяли б поєднанню інтересів центру і регіонів, ефективному функціонуванню територіальних громад, здатних вирішувати питання самоврядного розвитку.

Реалізація міжбюджетних відносин здійснюється на основі застосування трансфертного підходу. Донедавна обсяги міжбюджетних трансфертів, що перераховувалися з державного бюджету на місцевий рівень, неухильно зростали. Як наслідок, посилювалася залежність фінансової бази місцевих бюджетів від вищих органів влади. Реформа системи відносин між рівнями влади, розпочата з прийняттям Конституції України і Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» та продовжена після набуття чинності Бюджетного кодексу, дала змогу вирішити деякі питання бюджетно-фінансової децентралізації і зробила відносини між рівнями влади більш прозорими і передбачуваними.

Упродовж 2014–2016 років було прийнято ряд змін до бюджетного та податкового законодавства, які засвідчили подальше формування нової моделі міжбюджетних відносин. Так, Законом України «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин» від 28.12.2014 р. № 79-VIII були закладені умови для пошуку альтернативних джерел доходів та вирівнювання за ознакою податкоспроможності територій, підвищення зацікавленості місцевих бюджетів у збільшенні їх доходів, зменшення кількості нецільових трансфертів на користь закріплення фінансової допомоги для реалізації делегованих державою повноважень щодо надання соціальних послуг [1, с. 129].

Оскільки реформа системи міжбюджетних відносин потребувала узгодження із реформою системи адміністративно-територіального устрою, нормативно-правовими актами, якими були закладені основи проведення останньої на засадах децентралізації, стали Закон України «Про добровільне об'єднання громад» від 05.02.2015 р. № 157-VIII та Методика формування спроможних територіальних громад, затверджена Кабінетом Міністрів України 08.04.2015 р. Подальші кроки реформування фінансового сектору та децентралізація публічного

управління визначені Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020», затвердженою Указом Президента України від 12. 01. 2015 р. Метою державної політики є відхід від централізованої моделі управління, забезпечення спроможності місцевого самоврядування, реалізація принципів субсидіарності, повсюдності і фінансової самодостатності.

Як результат прийнятих змін до законодавства почала зміцнюватися фінансова автономія органів місцевого самоврядування. Так, у Полтавській області завдяки об'єднанню територіальних громад обсяг власних доходів бюджетів громад збільшився вдвічі проти показників 2015 року: з 94,1 млн грн до 189,8 млн грн [2].

Якщо сума коштів, яка передавалася з Державного бюджету до місцевих упродовж 2010–2015 рр. підвищувалася, а сума коштів із місцевих бюджетів до загальнодержавного, навпаки, зменшувалась, то уже в 2015 році темпи цих показників майже зрівнялися і складали відповідно 31,32 % та 38,46 %. Водночас змінювалася і ситуація у структурі міжбюджетних трансфертів. Якщо протягом 2010–2014 років базова дотація становила 46,87 % доходів місцевих бюджетів, то у 2015 році вона скоротилася на 55,4 млрд грн [3, с. 8]. При цьому базова дотація на сьогодні розцінюється як механізм вирівнювання дохідної спроможності, а не видаткових потреб для місцевих бюджетів.

Таким чином, прийняті упродовж 2014–2016 років зміни до бюджетного законодавства засвідчили подальше формування нової моделі правового забезпечення місцевих бюджетів та міжбюджетних відносин на засадах бюджетно-податкової децентралізації. При цьому основними способами забезпечення бюджетної автономії та фінансової самостійності місцевих бюджетів є такі: надання права місцевим органам влади самостійно здійснювати формування їх місцевих бюджетів; застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі; стимулювання громад до об'єднання та формування їх інституційної та фінансової спроможності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ільницький О. В. Реформа міжбюджетних відносин на шляху до бюджетної (фіскальної) децентралізації в Україні / О. В. Ільницький // Публічне право. – 2016. – № 1. – С. 126–134.
2. Костира О. Досвід децентралізації: що отримують об'єднані громади [Електронний ресурс] / О. Костира // Трибуна. – 2016. – 13 квітня. – Режим доступу: <https://tribuna.pl.ua/news/dosvid-detsentralizatsiyi-shho-otrimuyut-ob-yednani-gromadi/>. – Назва з екрана.
3. Польова О. Л. Міжбюджетні відносини в контексті реформування регіональної політики держави / О. Л. Польова, М. Ю. Мироненко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 10. – С. 5–10.

ІНСТИТУТ БАНКРУТСТВА В НЕЗАЛЕЖНІЙ УКРАЇНІ

В. В. Курило, *ПРБ1інт-11;*

Г. В. Терела, *науковий керівник, к. і. н., доцент*

*кафедри правознавства, Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В Україні вже кілька років триває реформа законодавства про банкрутство. Поштовхом до цього стало не тільки визнання необхідності пристосування правового регулювання суспільних відносин у цій сфері до нагальних потреб світового ринку, що сьогодні перебуває у стані постійних фінансових криз, а й взяття Україною на себе відповідних міжнародних зобов'язань.

Удосконалення чинного Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» свідчить про те, що цей процес відбувався упродовж тривалого часу та став своєрідним відображенням змін у ставленні законодавця до потреб суб'єктів господарювання. Важливо зазначити, що розробка законодавчих пропозицій про внесення змін до такого складного закону, яким є закон про банкрутство, мають відбуватися надзвичайно обережно. Навіть незначні зміни до цього закону іноді мають відчутні наслідки не тільки для учасників господарських правовідносин, а й для економіки країни загалом. Слід зазначити, що економіка України перебуває ще у стані становлення, і тому ринкові саморегулюючі механізми є досить слабкими [1, с. 96].

Першим пострадянським нормативним актом, що регулював неспроможність, стала постанова Верховної Ради України № 2012а-ХІІ від 20 грудня 1991 р. «Про проекти законів України про приватизацію державних підприємств, приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію), про банкрутство, про приватизаційні цінні папери», в якій постановлялося утворити погоджувальну комісію у складі народних депутатів України по терміновій підготовці до опублікування для всенародного обговорення погоджених проектів законів України про приватизацію державних підприємств, приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію), про банкрутство, про приватизаційні цінні папери.

Україна стала однією із перших колишніх республік Радянського Союзу, в якій було прийнято ряд спеціальних законів у сфері банкрутства. Так, Закон України «Про банкрутство» був прийнятий уже 14 травня 1992 р., ставши новелою у вітчизняній правовій системі, не позбавлений, проте, серйозних вад і недоліків [3, с. 117].

Практично з прийняття перших законів у сфері неспроможності почалося поетапне вибудовування системи правового регулювання відносин неспроможності на пострадянському просторі [2, с. 16].

Важливо зазначити, що Закон України «Про банкрутство» був розроблений на базі тексту законопроекту про неспроможність (банкрутство) підприємств, поданого на розгляд Верховної Ради СРСР ще за радянських часів – 8 липня 1991 р., а тому не відповідав усім потребам нових соціально-економічних умов.

З метою ліквідації недоліків законодавчого регулювання інституту банкрутства та задля вирішення практичних потреб суб'єктів господарювання 30 червня 1999 року був прийнятий Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про банкрутство», завдяки якому з'явилася реальна можливість фінансового оздоровлення неплатоспроможних підприємств, повернення боргів кредиторам, залучення реальних інвесторів шляхом застосування процедури банкрутства.

До позитивних рис Закону 1999 р. слід віднести те, що в ньому передбачені різні процедури банкрутства, у тому числі й ті, які застосовувалися з метою відновлення платоспроможності боржника, який знаходиться у скрутному фінансовому становищі. Серед судових процедур, передбачених у законі, є розпорядження майном, мирова угода, санація (відновлення платоспроможності боржника) та ліквідація [1, с. 99].

22 грудня 2011 р. було прийнято нову редакцію Закону про банкрутство, яка набрала чинності 19 січня 2013 р. Зміни, внесені даним Законом, у тій чи іншій мірі торкнулися практично кожного учасника провадження у справі про банкрутство.

З кінця XX ст. відновлювальні процедури стали основою правового регулювання відносин неспроможності, що зумовило необхідність участі у справі про банкрутство професійних суб'єктів, метою участі яких у процесі є не лише пропорційне задоволення вимог кредиторів, але і, за можливості, відновлення платоспроможності боржника. Таким учасником став арбітражний керуючий у сучасному розумінні, який на даному етапі розвитку права неспроможності може виконувати у справі про банкрутство роль розпорядника майна, керуючого санацією або ліквідатора.

Практика застосування Закону про банкрутство в Україні засвідчила про суттєві недоліки та прогалини в регулюванні відповідних відносин, а також недосконалість багатьох правових конструкцій та неефективність передбачених судових процедур. Усе це не давало можливості використовувати усі переваги даного інституту приватного права для розв'язання приватними особами проблем заборгованості. Водночас на сьогодні банкрутство сприймається як невід'ємне явище сучасної економічної системи, частиною її об'єктивної єдності закономірно пов'язаних між собою явищ і процесів економічного життя [4, с. 103], що відповідно зумовлює потребу у подальшому удосконаленні його правового регулювання відповідно до міжнародних стандартів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бірюков О. М. Етапи становлення законодавства про банкрутство в Україні: уроки і перспективи [Електронний ресурс] / О. М. Бірюков // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2011. – Вип. 99 (2). – С. 95–101. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2011_99\(2\)_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2011_99(2)_16). – Назва з екрана.
2. Бірюков О. М. Розвиток концепції законодавства про банкрутство в Україні на зламі віків [Електронний ресурс] / О. М. Бірюков // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип. 105(1). – С. 15–21. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_105\(1\)_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_105(1)_5). – Назва з екрана.
3. Володін А. В. Історія та перспективи розвитку сучасного законодавства про банкрутство [Електронний ресурс] / А. В. Володін // Форум права. – 2009. – № 3. – С. 111–122. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2009_3_19. – Назва з екрана.
4. Суббот А. І. Розвиток та сучасність поняття банкрутства [Електронний ресурс] / А. І. Суббот, А. А. Суббот // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2014. – № 5. – С. 102–109. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmju_2014_5_30. – Назва з екрана.

СЕКЦІЯ 7 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ

ПРИСЛІВ'Я В НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

А. Ю. Худолій, Філ-21;

**Л. Б. Воловик, науковий керівник, к. ф. н., доцент (німецька мова),
доцент кафедри українських та іноземних мов,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

Темою моєї наукової роботи є «Прислів'я в німецькій та українській мовах». Головною метою дослідження є саме переклад прислів'їв з однієї мови на іншу. Робота складається з трьох розділів, що розкривають безпосередньо загальне поняття про прислів'я; де наводяться аргументи спорідненості і певного культурного взаємозв'язку прислів'їв німецької та української мов; виділені групи перекладу прислів'їв.

Прислів'я – перлини народної мудрості, які передаються з покоління в покоління. У них укладені вся істина і досвід, які перевірені за багатовікову історію. Наука дає прислів'ю таке поняття: мала форма народної поетичної творчості, короткий, ритмізований вислів, що несе узагальнену думку, висновок, іносказання з дидактичним ухилом. Як же прислів'я виникають, звідки ж люди черпають ті крилаті вирази, що закарбувалися у нашій свідомості? Наведемо фрагментарні приклади з

джерел народної педагогіки, які свідчать про невичерпне багатство народної мудрості в царині виховання людей. Звернімося передусім до прислів'їв і приказок, які є одним із найдавніших жанрів усної народної творчості. Впродовж багатьох століть вони підтверджували спроможність народу відбирати й осмислювати найхарактерніші, найбільш типові сторони явищ природи, праці, побуту, родинного й суспільного життя і в результаті ставали основою багатоговікового життєвого досвіду, взаємин між людьми та навколишнім світом. Зазвичай, люди самі не розуміють наскільки різні народи тісно пов'язані між собою та допоміжним компонентом цього є історія. Особливі історичні події залишають свій відбиток на поведінці, стереотипах та культурних цінностях людей. Ще в післявоєнний період Україна та Німеччина почала наполегливо цікавитись культурою одне одного, а особливо літературою. Фактично у цей період писалися перші переклади українських творів Шевченка німецькою мовою, в той час і ми були зацікавлені їхньою творчістю.

Розвиваючись духовно та фізично, людина намагалася пояснити ті чи інші явища нашого буття за допомогою слова. Різні фактори здатні вплинути на формування прислів'їв: буденне життя, професійна діяльність, спілкування, оточення особи тощо. Наприклад, такі прислів'я: *wo gehobelt wird, fallen Späne* – ліс рубають, тріски летять – походить з лісорубської справи; *besser zweimal messen als einmal vergessen* – сім раз відмір – один раз відріж, з практики шевців; *Die Raben müssen einen Geier haben* – для того й муха на світі, щоб ліниві вдень не спали, основою стало полювання та рибальство. Використання цифр є одним із фактів схожості прислів'їв різних мов. Щодо прикладу найчастіше вживають цифри до 20: *Besser einmal als nie* (краще один раз, а ніж ні разу). Безумовно існують вирази, що мають еквівалент, ті які схожі за значення та ті, що не знайдеш в іншій другій мові. Так можна виділити три групи за вищесказаним розподілом: перша група – пошук еквіваленту (*alles zu seiner Zeit* – всьому свій час; *den Freund erkennt man in der Not* – друзі пізнаються в біді); друга група – прислів'я, які мають однакове значення, але різняться за формою. У цьому випадку можуть використовуватися зовсім інші дійові особи, предмети чи слова: *wie ein Schwein vor dem Uhrwerk stehen* – дивитися як баран на нові ворота, або *Fliege nicht eher, als bis dir die Federn gewachsen sind* – не спіши поперед батька в пекло; та третя група – це описовий або дослівний переклад: *besser zehn Neider denn ein Mitleider* – краще десять заздрисників, аніж один співчуваючий, або *der Fleissige macht aus einem Tage zwei* – працюючий з одного дня зробить два.

Отже, прислів'я – це невід'ємна частинка мови кожного народу, що прагне зберегти певні цінності та особливості своєї культури, традицій, способу життя. При перекладі прислів'їв видно той факт, що люди мають щось спільне, щось, що об'єнує всіх – це слово. Не важливо якою мовою звучить воно, головне, що ми можемо зрозуміти одне одного.

Так, існує багато прислів'їв, що мають свої відповідні еквіваленти, інші – мають щось спільне, а треті – взагалі не мають нічого схожого.

Список використаних інформаційних джерел

1. Beyer A., Beyer H. Sprichwörterlexikon: Sprichwörterliche Ausdrücke aus deutschen Sammlungen vom 16. Jahrhundert bis zum Gegenwart. – 2-unveränd. Aufl. – Leipzig : Enzyklopädie, 1985. – 742 S.
2. Neumann S. Zur Terminologie der parömiologischen Strukturanalyse / S. Neumann. – Proverbium, 1996. – № 6. – 230 S.
3. Seiler Friedrich. Deutsche Sprichwörterkunde: München, 1962. – 335 S.
4. Wörter und Wendungen: Wörterbuch zum deutschen Sprachgebrauch. – Leipzig, 1972. – 185 S.
5. Байер А. Німецькі прислів'я та приказки / А. Байер, Х. Байер. – Москва, 1989. – 365 с.
6. Гаврись В. Г. Сталі сполучення слів у сучасній німецькій мові / В. Г. Гаврись. – Київ : Рад. школа, 1971.
7. Кожемяко В. С. Русские пословицы и присказки и их немецкие аналоги / В. С. Кожемяко, Л. И. Подгорная. – Санкт-Петербург : Каро, 2001. – 231 с.
8. Москальская О. И. Грамматика немецкого языка (теоретический курс) / О. И. Москальская
9. Немецко-украинский фразеологический словарь / сост. Л. Э. Бинович, Н. Н. Гришин. – 2-е изд. – Москва : Рус. яз., 1975.
10. Огуй О. Д. Лексикологія німецької мови : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Д. Огуй. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 416 с.
11. Сиротків В. М. Прислів'я та приказки як джерело вивчення етико-правових звичаїв і уявлень народу / В. М. Сиротків // Народна творчість та етнографія. – 1987. – № 1. – С. 39–42.
12. Смеречанський Р. І. Довідник з граматики німецької мови : довід. вид. / Р. І. Смеречанський. – Київ : Рад. шк., 1989. – 304 с.
13. Українські прислів'я, приказки та загадки / упоряд. та перед. Н. Сойко. – Київ : Школа, 2001. – 176 с.

PECULIARITIES OF POETRY TRANSLATION FROM ENGLISH (BASED ON THE POEMS BY G. G. BYRON)

K. I. Dashko, *Phil-11*;

T. H. Korol, *scientific supervisor, PhD in pedagogical Studies, associate professor, associate professor of the Department of the Ukrainian and Foreign Languages, Poltava University of Economics and Trade*

The relevance of the chosen research topic is explained by several reasons. First of all, poetic text has a great potential as the object of linguistic analysis in the field of Translation Studies. However, it was underestimated over the last period mainly due to the idea of so called 'poetry untranslatibility'. So still there are no generally accepted criteria to

be used for the assessment of poetic translation quality. That is why our research was aimed at gaining better understanding of the main factors influencing the quality of poetry translation and their uses as the target text assessment criteria on the basis of the analysis of the poem by G. G. Byron 'Farewell' and its two versions in Ukrainian (one of them was produced by us) and two Russian versions as well.

Although, Arberry likened rhymed translation to an acrobatic performance of 'setting an elephant to walk a tightrope' it has the highest potential of rendering pragmatic, stylistic, syntactic and semantic features of the poem into the target language. According to the recent literature any proper poetry translation should: preserve the pragmatic aspect of the source text (ST) that is retain its aesthetic and emotional influence in the target text, author's intentions and ideas, fully render the ST content and meaning, reproduce the poetic form of the ST.

Conducted research involved two methods of translation quality assessment, such as linguistic analysis and sociological survey. The most important criterion of good poetic translation appeared to be having pleasant sound, rhyming and easiness in perception (almost 68 % of answers). This index corresponds to the requirement of poetic form reproduction that is the most complicated in verse translation. The second place is taken by the semantic fidelity (nearly 46 %) which correlates with the requirement of full content rendition. The third place belongs to the conveying the author's ideas and communicative intention (about 32 %) which contributes to the requirement of pragmatic equivalence.

Linguistic analysis included the studies and comparison of the semantic, syntactic and stylistic levels of the source and target texts. At the semantic level the rendition of the key words and their denotative meanings were compared in Byron's poem and 4 translations. The first translation showed the best result, while the lowest semantic fidelity was fixed in both 2 and 3 translations. As for the conducted survey the first translation also got the highest mark of the respondents according to this criterion (about 64 % of answers). Syntactic level of the examined poems wasn't studied since the criterion of syntactic structure similarity was listed as the least important for poetry translation quality according to the survey results and for the reason that syntactic equivalence is not typical at all for English-Ukrainian and English-Russian even prose translations. From stylistic point of view metaphor, personification and repetition are found in the ST. They emphasize the themes of the poem which are the elements of passion to a relationship and the idea of a bitter sweet farewell. Linguistic analysis of four translations revealed all these stylistic devices but transformed and changed to some extent in the analyzed target texts. While according to almost 43 % of the respondents the first poem presented the brightest stylistic interpretation of the original poem with the help of the units of the target language.

On the basis of the linguistic analysis all the 4 translations used appropriate rhyming similar to the ST. However, the survey showed low indices according to the criterion of easiness in reading and perception for

the 1st translation and the highest for the 2nd one.

Finally, it's clear that pragmatic equivalence can't be studied with the help of linguistic analysis. But according to the survey results, the first translation conveys the author's ideas and intentions best (about 46 % of answers), 50 % of respondents chose it as most emotionally saturated as well. These figures provide enough information to state the sufficient validity and reliability of the data received.

It is a well-known fact that poetic text is polysemantic by nature and can be multiply interpreted by the reader and translator. The red colour as the dominating one for the atmosphere of our translation and about 67 % of readers named the same colour or its shades in their associations with it.

The results of the linguistic analysis of the translations showed that the first variant is the closest to the ST from the theoretical point of view. While survey results put it only on the second place (the spread made up above 6 %). However, it dominated according to each criterion apart from the easiness to read and perceive. So rhyming or poetic form similarity are still the most crucial criteria for poetry translation quality from the reader's point of view.

References

1. Abbasi, J. & Manafi A. (2004). "Strategies of Poetry Translation: Reconstructing Content and Form». Translation Studies, Vol. 1.
2. Landers, C. E. (2000). Literary Translation: A Practical Guide. London : New Jersey City University Press.
3. Ruber, p. & A. Rosman. (2003). Translating Culture: Perspective on Translation and Anthropology. Oxford, New York : BERG.

СЕКЦІЯ 8 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І УСТАНОВ

ПОРЯДОК РУХУ ДОКУМЕНТІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ПРИ РУЧНІЙ ТА АВТОМАТИЗОВАНІЙ ОБРОБЦІ

Н. С. Мартинченко, магістр спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність»;

С. В. Гаркуша, науковий керівник, д. т. н., професор, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах діяльності будь-якої установи важливою складовою організації роботи з документами є налагодження стабільного

документообігу, зберігання документів та їх використання у поточній діяльності.

Організація документообігу за умови застосування засобів автоматизування повинна забезпечувати сумісність ручної й автоматизованої обробки документів. Таким чином порядок руху документів має закріплюватись у схемах їх проходження, що розробляються службою документального забезпечення і затверджуються керівництвом установи.

Вивчення питання розгляду, руху, автоматизації та раціоналізації документообігу в установах займалися такі вчені, як Ю. І. Палеха, В. А. Блощинська, П. О. Добродумов, В. М. Жуковська, А. М. Кузмінський, Ю. Я. Литвин, О. В. Матвієнко та інші.

Мета дослідження. Вивчення руху документів в організації при ручній та автоматизованій обробці, аналіз сучасного стану програмних засобів електронного документообігу, дослідження основних проблем, розгляд шляхів їх подолання.

У сучасних умовах тенденція автоматизації роботи з документами продовжує зміцнюватися. Якщо в попередній період методологією автоматизації була централізована розробка типових рішень у цій області, то в даний час спостерігається створення ринку автоматизованих систем управління документацією, різноманітних як за ідеологією, так і за набором інформаційних технологій, що використовуються.

Сучасні технології управління документацією дозволяють застосувати на практиці систему методів і способів збору, передачі, накопичення, обробки, зберігання, подання та використання інформації, що міститься в документах на основі різноманітних технічних засобів, що постійно удосконалюються під час науково-технічного прогресу. При використанні в управлінні документацією окремих технологій і технічних пристроїв слід звертати увагу на специфічні наслідки їх застосування.

З'єднання окремих інформаційних технологій в систему дає можливість побудови автоматизованих систем управління документацією (АСУД) в організаціях. У цілому АСУД, з точки зору повноти охоплення технології обробки інформації, можуть бути автономними, прикладними і комплексними.

Розвиток обчислювальної техніки, Всесвітня мережа Інтернет призвели до глобальних змін у процесах створення, розповсюдження та обміну інформацією. У процесі документообігу на сьогоднішній день неможливо ігнорувати все зростаючий потік документів, ведення електронного документообігу. Це змушує запроваджувати роботу з новими джерелами інформації, удосконалювати нові форми документообігу, удосконалювати вже існуючі процеси автоматизації документообігу.

Організація та робота з різними документами охоплюють усі процеси, які відносяться до запису (фіксування) на різних носіях та

оформлення за встановленими правилами інформації, необхідної для здійснення управлінських функцій. Спільне використання систем електронного діловодства, сховищ інформації та баз даних дозволяє систематизувати і поєднувати інформацію, що полегшує її аналіз і складання звітів. Для пошуку прихованих закономірностей у великих масивах даних можна приймати більш ефективні рішення і дії, що базуються на відповідних технологіях діставання інформації з даних (data mining techniques).

Усе це можливо тільки в системі управління, побудованій на основі електронного документообігу. Інформаційні безпаперові технології полегшують процес управління. Вони створюють основу рішень, що забезпечують автоматизований і централізований обмін знаннями і дістають лише необхідну інформацію з усіх доступних джерел.

Системи автоматизованого документообігу можуть сприяти створенню нової організаційної структури, зробивши роботу працівників більш легкою, цікавою і значимою. Інформаційні технології дозволяють працювати не тільки над виконанням внутрішньовідомчих задач, але і спільними зусиллями вирішувати більш широкий спектр проблем.

Саме тому ефективність діяльності установ не в останню чергу залежить від коректного рішення задач оперативного і якісного формування електронних документів, контролю їхнього виконання, а також продуманої організації їхнього збереження, пошуку і використання.

Відсутність необхідності вручну розмножувати документи, відстежувати переміщення паперових документів всередині організації, контролювати порядок передачі конфіденційних відомостей найістотнішим чином знижує трудовитрати працівників. Наскрізний автоматичний контроль виконання всіх етапів роботи з документами кардинально підвищує якість роботи виконавців, робить терміни підготовки документів прогнозованішими і керованими.

Спільне використання системи електронного діловодства і сховищ інформації дозволяє систематизувати та об'єднувати інформацію, що полегшує її аналіз стану і складання звітів. Для пошуку прихованих закономірностей у великих масивах даних може приймати ефективніші рішення і дії, засновані на відповідних технологіях вилучення інформації з наведених даних.

Усе це можливе лише у системі управління, побудованій з урахуванням повністю електронного документообігу.

Інформаційні безпаперові технології полегшують процес управління знаннями. Вони утворюють основу рішень, що забезпечують автоматизований і централізований обмін знаннями й витягають лише необхідну інформацію із усіх доступних джерел.

У сучасному діловодстві створюються та підтримуються науково-технологічні основи управління, керування документацією в межах

установи, що виконує функції менеджменту. Керування документацією охоплює весь життєвий цикл документа з моменту його створення, функціонування, тобто перебування в динамічному стані, до вилучення для знищення чи передавання в архів. На даний момент в установах використовуються як ручний так і автоматизований способи обробки документів. Автоматизація документообігу дозволяє досягти прямоочності направлення документопотоків, скоротити час на обробку документів. Також автоматизація документообігу забезпечує рівномірне надходження документів та пропорційну зайнятість, як спеціалістів апарата управління, так і інших фахівців.

Список використаних інформаційних джерел

1. Берлин А. С. Автоматизированные системы переработки текстовой информации / А. С. Берлин. – 2008. – С. 43–56.
2. Бертяков А. В. Автоматизация документооборота / А. В. Бертяков, А. В. Сумин // Финансовый директор, 2009. – № 7.
3. Беспяньска Г. В. Рационалізація документообігу на підприємстві / Г. В. Беспяньска // Секретар-референт. – 2007. – № 10. – С. 21–27.
4. Сельченкова С. С. Автоматизация документационных процессов / С. С. Сельченкова // Секретар-референт. – 2003. – № 12. – С. 13–18.
5. Філіпова Л. Я. Системи управління електронним документообігом: загальні поняття термінології, організація, технології (зарубіжний досвід) / Л. Я. Філіпова // Вісн. Кн. палати. – 2011. – № 4.
6. Янковая В. Ф. Документооборот организации / В. Ф. Янковая // Секретарь-референт. – 2010. – № 7. – С. 5–10.

ІНФОРМАЦІЙНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАКУПІВЕЛЬ

В. Є. Овсіюк, магістр спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність»;

С. В. Гаркуша, науковий керівник, д. т. н., професор, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Актуальність вдосконалення закупівель у тому, що ефективна побудова закупівельної діяльності одна із основних умов успішної роботи підприємства. Розвиток ринкових відносин визначає нові умови діяльності організації. Інфляція, неплатежі та інші кризові явища змушують підприємства змінювати власну політику стосовно постачання, шукати нових, надійніших постачальників, дешевшу, але водночас і дуже якісну сировину й матеріали, вивчати проблему ефективності їх використання. Тож підприємства використовують всі можливі засоби побудови раціональної закупівельної діяльності, що включає у себе

закупівлі, поставку матеріалів і сировини, складування, запуск цих засобів у виробництво, що мають дедалі вагоме значення.

Мета статті. Дослідити інформаційно-правові аспекти удосконалення закупівельної діяльності та визначити їх недоліки.

Для ефективної діяльності установ чи підприємств потрібна інформація про кількість ресурсів, способи їхнього фінансування та результати їхнього використання. Інформації також потребують і зовнішні користувачі, тобто люди які не пов'язані з діяльністю установи чи підприємства. Вони також мають бажання мати уявлення про діяльність підприємства. На жаль, часто одна і та сама інформація формується по-різному на запит різних контролюючих органів, на вимогу внутрішнього аудиту, для менеджменту тощо [6]. Інформаційний аспект закупівель є системою обробки інформації, що складається з наступних частин: підсистема збору і сортування інформації, підсистема зберігання інформації, підсистема пошуку, підсистема аналізу інформації. Система обробки інформації є базисом для створення інформаційного механізму закупівель і дозволяє оперативно реагувати на зміни в юридичних основах і фінансовому середовищі, прогнозувати і планувати необхідний обсяг закупівель, створювати реєстр учасників торгів та ін. Для створення такої інформаційної бази потрібне певне інформаційне забезпечення. Так, М. Г. Чумаченко вважає, що поняття «інформаційного забезпечення» виникло у зв'язку з розвитком автоматизованих систем управління, Є. В. Мних [3] використовує поняття інформаційної бази економічного аналізу. М. П. Денисенко з І. В. Колосом [1], виділяють три складові в системі інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень: інформаційні ресурси, інформаційні технології, технічні засоби та програмне забезпечення. Під інформаційним забезпеченням підприємства розуміють сукупність даних, організацію їх ведення, обробку, збереження та накопичення, пошуку, а також поширення в межах компетенції зацікавленим особам у зручному для них вигляді.

Для того, щоб інформаційне забезпечення було своєчасним та ефективним, необхідно розробити комп'ютерну інформаційну систему. Аналіз державних закупівель в сучасних інформаційних системах допомагає та полегшує роботу працівників, які відповідають за проведення аналітичної роботи та реалізовує такі їх функції [5]:

- внесення в базу даних інформацію про закупівлю товарів згідно з документами бухгалтерського обліку;
- внесення в базу даних інформацію про рух товарів від постачальника на склад згідно з документами управлінського обліку;
- пошук нових та потенційних постачальників товарів, робіт та послуг;
- ведення комерційних переговорів з постачальниками товарів, робіт та послуг;

- аналіз дебіторської заборгованості в розрахунках з постачальниками товарів, робіт та послуг;
- аналіз конкурентного середовища торговельного підприємства;
- аналіз ринку товарів, робіт та послуг;
- укладання договорів з постачальниками на постачання товарів, робіт та послуг;
- контроль виконання постачальниками товарів договірних зобов'язань в об'ємі, асортименті, термінах, якості та відповідності цін товарів договірним;
- розрахунок собівартості товарів, робіт та послуг;
- аналіз товарних запасів, робіт та послуг;
- оптимізація витрат із закупівлі товарів, робіт та послуг.

Якщо ж розглядати закупівлі з правового аспекту, то одним із шляхів оптимізації системи контролю є вдосконалення чинного порядку, який регламентує його здійснення. Для цього перевірку закупівель необхідно визначати як контрольний захід, що проводиться за наявності підстав, передбачених чинним законодавством щодо об'єкта контролю у приміщенні органу контролю шляхом проведення запиту документації з державних закупівель та інших документів, необхідних для проведення перевірки. Здійснення перевірки без виходу на об'єкт дасть змогу отримати такі переваги:

- зменшення фіскального тиску на підконтрольні об'єкти;
- економія робочого часу та, як наслідок, підвищення ефективності роботи працівників;
- раціоналізація системи проведення перевірок;
- підвищення якості перевірки з одночасним звуженням втручання контролюючих органів у роботу підконтрольних об'єктів.

При цьому порядок здійснення перевірки та оформлення її результатів не зміниться, крім того, не буде необхідності виписувати направлення на перевірку працівника.

Розрахунок потреби у закупівлі здійснюється у зворотному до виробничого процесу напрямку, тобто від кінцевої продукції до вхідних сировини, матеріалів, напівфабрикатів. Якщо на вхід виробничого процесу подаються вхідні матеріали або інші продукти, які протягом процесу переробляються і на виході перетворюються в готову продукцію, то потік інформації та потреби виступає проти потоком щодо матеріальних потоків: від збуту готової продукції до постачання матеріалів та інших придбаних товарів виробничого споживання [3].

Принцип інформаційного протипотоку не означає, що збут і виробництво пасивно диктують свої умови постачанню. Постачання істотно впливає на конкурентоздатність продукції підприємства не тільки шляхом скорочення витрат обігу і своєчасності виконання замовлень виробництва. Прямий вплив постачання здійснює на якість продукції, а також на формування асортименту, оскільки є безпосереднім джере-

лом інформації про ринок конкуруючих матеріалів і можливості постачальників.

Процес управління матеріальними потоками в закупівельній логістиці складається з двох основних частин:

- управління диспозицією матеріально-технічних ресурсів, тобто управління запасами;
- регулярний аналіз, вибір і організація постачань матеріально-технічних ресурсів на підприємство, тобто управління постачаннями.

Перераховані логістичні активності в управлінні закупівлями повинні бути об'єднані єдиною політикою відносин з основними постачальниками матеріальних ресурсів. Основними критеріями розробки логістичної політики здійснення закупівель і формування загальної системи закупівельної логістики є:

- оптимальна періодичність (час) постачань;
- оптимальна структура матеріальних потоків;
- мінімальні сукупні логістичні постачальницькі витрати [4].

Ефективність функціонування підприємства визначається якістю управлінських рішень, які приймаються на різних рівнях управління та стосуються різних сфер функціонування установи. Такі рішення повинні бути обґрунтовані та спрямовуватись на ліквідацію існуючих проблем. Система інформаційного забезпечення аналізу закупівель за державні кошти є одним із компонентів загальної інформаційної системи підприємства. Вона повинна забезпечувати відповідні підрозділи установи повною та достовірною інформацією про господарські зв'язки із зовнішнім середовищем. Надходження цієї інформації можливе за умови впровадження наукових методів управління, створення інформаційних систем, зокрема, за допомогою сучасних інформаційних технологій

Список використаних інформаційних джерел

1. Денисенко М. П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М. П. Денисенко, І. В. Колос // Економіка та держава. – 2006. – №7. – С. 19–24.
2. Мних Є. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Є. В. Мних, Н. С. Барабаш. – Київ : КНТЕУ, 2010. – 412 с.
3. Зайцев Л. Г. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. [Текст] / Л. Г. Зайцев, М. І. Соколова. – 5-е вид., випр. і доп. – Москва : МАУП, 2008. – 288 с.
4. Замедлина Е. А. Підприємництво : навч. посіб. [Текст] / Е. А. Замедлина. – 5-е вид., випр. і доп. – Ростов н/Д : Фенікс, 2007. – 288 с.
5. Бузукова Е. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / под. ред. С. Сысоевой. – Санкт-Петербург : Изд-во «Питер», 2009. – 432 с.

КОНСАЛТИНГ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

О. І. Столітній, магістр спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»;

С. В. Гаркуша, науковий керівник, д. т. н., професор, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Усю роботу з документаційного забезпечення управління можна розподілити на два основні напрями – це безпосереднє оперативне інформаційно-документаційне обслуговування діяльності підприємства і організаційно-методичне керівництво всією роботою з документами та інформацією, що міститься в них [1, с. 211]. Консалтинг як синтез професійної та комерційної діяльності потребує визначення методології ведення процесу консультування та забезпечення прибутковості консультативного бізнесу [2].

Метою дослідження є розробка універсального протоколу здійснення документного забезпечення для підвищення ефективності консалтингового процесу

Аналізуючи документ як інформаційний ресурс, розглянемо поняття ресурс – засіб, який використовують у необхідних випадках; засоби, запаси, джерела чого-небудь [3, с. 802]. Отже, документ як носій інформації, що міститься в ньому, є, безперечно, інформаційним ресурсом. До того ж, документ як інформаційний ресурс повинен відповідати певним якісним параметрам. Управлінський документ визначається функціями організації, і на перший план в управлінській діяльності виступає управлінська функція (планування, облік, контроль, фінансування тощо [1, с. 15–16]. Основною вимогою до тексту управлінського документа є достовірність, повнота інформації, стислість, але не за рахунок зменшення обсягу інформації, відповідність вимогам чинного законодавства та державним стандартам.

У консалтинговій діяльності співвідношення між клієнтом та консалтинговою фірмою виливається підготовку та реалізацію консалтингового проекту (консалтинговий процес), що також супроводжується документуванням певних документів. Співвідношення консалтингового проекту і консалтингового процесу зображено на рисунку 1.

У роботі досліджено задачу підвищення ефективності документного забезпечення діяльності консалтингової фірми. Однією з умов раціональної організації праці є створення й збереження системи правил управління документами в організації та поза її межами [5, с. 51].



Рисунок 1 – Співвідношення консалтингового проекту і консалтингового процесу за А. Посадским [4]

Список використаних інформаційних джерел

1. Погребна Л. Діловодство, яким воно повинно бути / Л. Погребна. – Харків : Фактор, 2006. – 402 с.
2. Верба В. А. Організація консалтингової діяльності : навч. посіб. / В. А. Верба, Т. І. Решетняк. – Київ : КНЕУ, 2000. – 228 с.
3. Словник іншомовних слів: 23 000 слів та термінологічних словосполучень / уклад. Л. О. Пустовіт та ін. – Київ : Довіра, 2000. – 1018 с.
4. Посадский А. Стадии консалтингового процесса [Электронный ресурс] / А. Посадский. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/consulting/cons014.html>. – Название с экрана.
5. Митченко Ю. И. Распределение ответственности по управлению документацией внутри организации (Требования международного стандарта ИСО 14489-2001) / Ю. И. Митченко // Делопроизводство. – 2005. – № 1. – С. 50–53.

ІННОВАЦІЙНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

О. А. Безрукова, ДІД-21;

Т. В. Оніпко, науковий керівник, д. і. н., професор, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

З появою медіа та Інтернету роль музею в суспільстві суттєво трансформувалася. Нині основні функції поширення культури, що належали раніше музеєві, перейшли до засобів масової інформації (преса, телебачення та Інтернет). Водночас відбувається зростання ролі музею і музейних мереж у справі глобальної «трансляції» культурної спадщини. Такого роду «трансляційну» функцію сучасні музей-

ні установи світу набули із повсюдним запровадженням інноваційних інформаційних технологій та новим етапом розвитку «відкритого інформаційного суспільства».

Музейні установи України в умовах задекларованого державою євроінтеграційного курсу не мають права існувати й розвиватися поза спільноєвропейським інформаційно-культурним простором. Інтернет-сторінки українських музеїв: добре, що вони взагалі є. Але. Чи вони потрібні, якщо не виконують свою функцію – «заманювати» до музею відвідувачів та популяризувати свої колекції? Бо сайт – це медіа. Інформувати треба коротко, ясно і, якщо є змога – захопливо.

В Україні налічується близько 5 тисяч музеїв. Вочевидь, серед них немає рівних Лувру, чи Британському музею. Але Національний заповідник «Софія Київська», столичний Музей історичних коштовностей України, чи скансен у Пирогові під Києвом – це музеї, які здатні здивувати найвибагливішого відвідувача [1]. У сучасному світі похід до музею починається із відвідин сайту. Ідеальна сторінка з точки зору розміщення і повноти інформації для відвідувачів – сайт Британського музею у Лондоні. Один клік – і ти маєш усю потрібну для візиту інформацію кількома мовами. Кожний блок інформації візуалізований фрагментом фото, або схемою, на яку посилається.

Що ж ми бачимо на сайтах українських музеїв? У більшості випадків на сайтах вітчизняних музеїв – максимум тексту, замість короткої і добре візуалізованої інформації. Низка музейних сайтів головну інформацію чомусь приховують. Навіть на цілком пристойних музейних сайтах, зокрема Національного Художнього музею та Софії Київської, для того, щоб дізнатися ціну квитка – треба прискіпливо пошукати в надрах їхніх Інтернет-сторінок.

Українські музейні сайти потребують уніфікації із загальноєвропейською практикою: розділ, який найбільш часто запитують користувачі, варто назвати «інформація для відвідувачів» та поставити його на помітне місце.

Головна сторінка музейного сайту – це його своєрідна вітрина. Вона повинна бути яскравою, якісно ілюстрованою, але при цьому не переобтяженою текстом. Наприклад, головна сторінка сайту Лувру складається з двох частин. Верхня містить лінки на інформацію для відвідувачів, а також тут розміщений великоформатний слайдер із змінними та якісними зображеннями і короткими заголовками, за якими відкриваються посилання на анонси майбутніх і діючих виставок, музейних подій [2]. Ракурс, колір, погодні умови на сайті музею сприяють тому, щоб у користувача виникло бажання ознайомитися із тим, що за собою приховує така красива «обгортка». Заголовки останніх днів: «Пречудова зима. Дізнайся чогось новенького» – то на тлі засніжених руїн готичного абатства, або «По тому як впала темрява... Pozнайомся із нашими найвідомішими пам'ятками вночі». Тобто

йдеться про «музейний маркетинг». На жаль, у більшості вітчизняних музеїв відсутній відділ маркетингу.

Найбільша проблема текстів, які зазвичай з'являються на українських музейних сайтах, це – невідповідність стиля тексту потребам читача та особливостям електронного носія. Надто часто тут зловживають академічним стилем. Автори досить рідко намагаються зацікавити предметом, розповісти його історію яскраво та емоційно.

Зазвичай текст музейного сайту – або урочистий пафос, або сухий виклад фактів. На жаль, матеріали українських музейних сайтів часто містять цитати із наукових статей. З огляду на це вони у більшості випадків не викликають зацікавлення у пересічного читача, зокрема молоді.

В інформаційному суспільстві іноді виникає думка: якщо музей ефективно не представлений в Інтернеті, то це якась убога установа, де для туриста немає нічого цікавого. Інформаційні технології відіграють важливу роль у поліпшенні та унаочненні експозиції музею. В Україні поняття музейного менеджменту лише набуває поширення. Тому актуальним завданням сучасного українського музейного менеджменту є сприяння популяризації національної спадщини, а також формування позитивного культурного іміджу нашої держави. Невід'ємним компонентом музейного менеджменту є сучасні інформаційні технології.

Список використаних інформаційних джерел

1. Музейний простір. Музеї України та світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prostir.museum>. – Назва з екрана. – Дата звернення 25.04.2017.
2. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку [Електронний ресурс]. – http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj_2013_3/13. – Назва з екрана. – Дата звернення 24.04.2017.

ДЖЕРЕЛА НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Т. С. Тесля, Д/Д-51м;

***Т. В. Оніпко, науковий керівник, д. і. н., професор,
професор кафедри документознавства та інформаційної
діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

Рівень розвитку науки значною мірою визначається характером, достовірністю, цільовим призначенням інформації, яка одержана в результаті пізнання.

Важливу роль у наукових дослідженнях відіграє науково-технічна інформація. Науково-технічна інформація – це документовані чи публічно оголошені відомості про вітчизняні та закордонні досягнен-

ня науки, техніки і виробництва, одержані у процесі науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадської діяльності, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді.

Науково-технічна інформація є суспільним надбанням, необхідною умовою продуктивної інтелектуальної діяльності, зокрема наукової і технічної творчості. Науково-технічна інформація, що є продуктом інтелектуальної творчої праці, становить об'єкт права інтелектуальної власності, а відносини щодо її придбання, зберігання, переробки, використання і поширення регулюються чинним законодавством [1].

Розумова праця в будь-якій її формі завжди пов'язана з пошуком інформації. Нині, коли потік інформації надзвичайно потужний, цей пошук стає усе складнішим і складнішим, ускладнюється сама система пошуку. Знання й навички в цій області стають усе більш обов'язковими для будь-якого фахівця.

Найбільш доступними для дослідників, не враховуючи мережу Інтернет, є, звісно, наукові бібліотеки. В наукових бібліотеках дослідник має можливість користуватися фондами джерел первинної інформації – книгами, журналами, газетами, нормативними документами, аудіовізуальними матеріалами і фондами джерел вторинної інформації – бібліотечними каталогами, бібліографічними картками.

Готовність до пошуку потрібної інформації можна визначити за такими основними складовими: чітке уявлення про загальну систему інформаційних ресурсів; знання усіх можливих джерел інформації зі своєї спеціальності; вміння вибрати найбільш раціональну схему пошуку; наявність навичок у використанні допоміжних бібліографічних та інформаційних матеріалів.

Оперативним джерелом науково-технічної інформації є періодичні видання, які виходять через певний проміжок часу, з постійним для кожного року числом номерів, але не повторюються за змістом, маючи однакову назву. Традиційними видами періодичних видань є журнали і газети. До періодичних також відносять збірники наукових праць науковців вищих навчальних закладів, науково-дослідних інститутів.

Для проведення наукового дослідження потрібна як первинна, так і вторинна інформація. Етап збору і відбору інформації для проведення наукових досліджень є одним із ключових.

Вихідну інформацію можна знайти в загальній і спеціальних енциклопедіях, а також у списках літератури, які прикладені до тематичних і оглядових робіт, що мають відношення до теми. В цьому випадку пошук інформації здійснюється в антихронологічному порядку – від більш пізніших джерел до більш ранніх. Такий шлях пошуку швидше приводить до поставленої мети.

При вивченні літератури за обраною темою використовується не вся інформація, що міститься в ній, а лише та, яка має безпосереднє

відношення до теми. Критерієм оцінки прочитаного є можливість його практичного використання в роботі. Вивчаючи літературні джерела, слід ретельно стежити за оформленням виписок, щоб можна було ними користуватись у майбутньому. Частина отриманих даних не буде використовуватись в роботі, тому потрібен їх ретельний відбір та оцінка. Необхідно збирати тільки наукові факти, а не будь-які.

Вивчення й аналіз наукової літератури вимагає певної культури дослідника. На завершальному етапі роботи з науковою літературою доцільно зробити порівняльний аналіз отриманої інформації. Це дозволить оцінити актуальність, новизну і перспективність інформації. За даними критичного аналізу слід зробити висновки. Їх узагальнення дозволить методологічно правильно поставити і сформулювати тему дослідження, намітити цілі і конкретні завдання.

Отже, науково-технічна інформація є теоретичним і експериментальним підґрунтям для досягнення мети наукових досліджень та вирішення поставлених завдань. Вона є доказом обґрунтованості наукових положень, їх достовірності і новизни. Процес отримання, поширення й використання науково-технічної інформації суттєво впливає на розвиток науки. Існує думка, що вирішення науково-технічних проблем на 90 % залежить від інформації і лише на 10 % – від інтуїції дослідника [2].

Список використаних інформаційних джерел

1. Науково-технічна інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Науково-технічна_інформація. – Назва з екрана (дата звернення 26.04. 2017).
2. Бірта Г. О. Методологія і організація наукових досліджень [Електронний ресурс] / Г. О. Бірта, Ю. Г. Бургу. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1281041960994/dokumentoznavstvo/informatsiyni_bibliografichni_dzherela_informatsiyi. – Назва з екрана (дата звернення 25.04.2017).

СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДІЛОВОДНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА УСТАНОВІ

***Ю. Ю. Карпенко, ДІД-31; Ю. В. Пащенко, ДІД-31;
В. О. Ольховський, науковий керівник, к. т. н., доцент,
доцент кафедри документознавства та інформаційної
діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

Тема автоматизації ділових процесів є дуже актуальною на сьогоднішній день. Організація і робота з документами охоплює всі процеси, пов'язані із записом (фіксацією) на різних носіях та насамперед оформлення за встановленими правилами, нормами, стандартами ін-

формації, яка необхідна для здійснення управлінських дій в організації та на підприємстві.

Автоматизовані системи діловодства – це використання вузькоспеціалізованих програм, що мають застосування для обробки інформації в діловодстві та управлінській діяльності установи, призначені для контролю і управління потоком документів [1].

Автоматизовані системи діловодства поділяються на два класи [2].

До першого класу відносять системи управління електронними архівами (їх основні функції: реєстрація нових документів, зберігання, пошук та вилучення їх з метою передачі в примітки).

До другого класу відносять системи управління електронним документообігом.

Впровадження електронного документообігу є необхідним процесом для удосконалення та кращої роботи підприємства та установи, що дозволяє насамперед збільшити ефективність праці його співробітників у зв'язку із скороченням часу пошуку, розробки, тиражування і пересилання документів.

Автоматизація і механізація роботи з документами спрямовані на підвищення оперативності управлінської праці, скорочення трудовитрат на документування, обробку та передачу, використання документної інформації, посилення контролю виконання й впорядкування документообігу [3].

Автоматизована робота з документами здійснюється за допомогою впровадження спеціальних програм на персональні електронні обчислювальні машини та застосування автоматизованих робочих місць. Тому необхідно забезпечити інформаційно-технічну сумісність засобів обчислювальної техніки між собою й централізованими базами даних [3].

Автоматизована реєстрація документів здійснюється децентралізовано, у місцях реєстрації документів в структурних підрозділах, і в канцелярії підприємства чи установи.

Автоматизована робота з документами включає вдосконалення всього комплексу процесів роботи з документацією, перехід на вищий та більш ефективний ступінь документостворення та документообігу.

Усі документи, які підлягають електронній реєстрації, діляться на кілька груп, кожна з яких реєструється окремо, тобто має відмінні від інших груп правила формування реєстраційного номера і, зазвичай, різний набір реквізитів. Системами підтримуються три базові групи:

- вхідні;
- вихідні (внутрішні);
- листи та звернення громадян.

У групі «вхідні документи» підлягає реєстрації службова кореспонденція, що надходять у організацію. У групі «вихідні (внутрішні)» має бути зареєстрована кореспонденція, яка створена в організації у відділі документознавства. Група «листи» – документи, що надійшли для реєстрації із зверненням громадян [4].

Застосування автоматизації ділових процесів на підприємстві сприяло покращенню організації робіт, дозволило удосконалити інформаційні зв'язки, зміцнити трудову дисципліну і підвищити організаційну культуру.

Список використаних інформаційних джерел

1. Береза А. М. Електронна комерція : навч. посіб. / А. М. Береза. – Київ : КНЕУ, 2002. – 236 с.
2. Дороніна Л. А. Систематизація документів у кадровій службі / Л. А. Дороніна // Довідник кадровика. – 2004. – № 1. – С. 9–13.
3. ІС-Документообіг КОРП для України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://1c.ua/ua/v8/RegionalSolutions-UA_DO-CORP.php. – Назва з екрана (дата звернення: 14.04.2017).
4. Кузнецова Т. В. Діловодство (документаційне забезпечення управління) / Т. В. Кузнецова. – 3-е вид. испр. і додатк. – Москва. – 2007. – 384 с.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ НА САЙТАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

А. В. Куш, Д/Д-41;

**О. М. Юдін, науковий керівник, к. т. н., доцент,
доцент кафедри документознавства та інформаційної
діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»**

Важливою складовою органів державної влади є висвітлення своєї діяльності на власних офіційних веб-сайтах з урахуванням задоволення потреб громадян в інформації та в отриманні сервісних послуг. Веб-сайт стає основою е-урядування, з'єднуючою ланкою між службовцем та громадянином. Тому особливого значення набуває пошук методів покращення взаємодії користувача з сайтом – покращення комунікації сайту та удосконалення прозорості діяльності місцевої влади.

Електронний уряд – це обмін інформацією та надання послуг громадянам, бізнесменам і урядовим агенціям в режимі онлайн [1]. За даними дослідження ООН, що проводиться раз у два роки перше місце за розвитком електронного урядування посідає Велика Британія. Проте, для України дуже показовим є приклад Естонії, яка теж була в минулому радянською республікою. Естонія успішно побудувала цифрове суспільство: 99 % державних послуг громадяни країни можуть отримати онлайн (понад 4 000), 94 % населення Естонії користуються ID-картами.

Україна на шляху впровадження інструментів електронного урядування досягла наступних результатів: займає 32 місце рейтингу ООН розвитку е-урядування, запущена і працює система електронних заку-

півель Prozogto, створюється держаний портал електронних послуг iGov, в діяльність центральних органів влади впроваджуються системи електронного документообігу. Разом з тим, у 2016 році Громадської організацією «Інститут розвитку регіональної преси» проаналізовано веб-сайти центральних органів виконавчої влади та обласних державних адміністрацій за 221 параметром на повноту, актуальність та доступність інформації. Результати аналізу показують, що 9 сайтів обласних державних адміністрацій демонструють показник відкритості вищий за 50 %, інші 16 – нижчий, серед обласних рад показник відкритості 50 % мають лише 2 веб-сайти, в інших цей показник відповідно нижчий, а в 19 він взагалі не досягає позначки 40 %, деякі офіційні сайти є плутаними лабіринтами для пересічного громадянина. Що стосується місцевих рад, то оцінка їх прозорості здійснюється відповідно до індексу публічності, методика формування якого розроблена Громадянською організацією «Опора».

Індекс публічності Полтавської міської ради становить трохи більше 51 %. У загальному індексу публічності Полтавська міська рада займає 16 місце серед 22 міст – обласних центрів України [2]. Аналіз ступеня використання елементів електронного урядування в діяльності Полтавської міської ради здійснено шляхом дослідження офіційного веб-сайту. Система показників, за якою оцінюється впровадження інструментів електронного урядування на веб-сайті органу місцевого самоврядування поділяється на п'ять категорій доступ до інформації, зворотний зв'язок з громадськістю, адміністративні послуги та доступ до публічної інформації, зручність користування веб-сайтом, оперативність оновлення інформації на сайті. За результатами виконаної оцінки веб-сайт отримує 113 балів із 165. Найбільш проблемними для офіційного веб-сайту Полтавської міської ради є показники категорій «Зворотний зв'язок з громадськістю» – 8 балів (53 %) та «Зручність користування веб-сайтом» – тільки 3 бали (38 %).

Таким чином, недоліками впровадження інструментів електронного урядування на офіційному веб-сайті Полтавської міської ради можна вважати наступні: оприлюднено тільки частину важливих документів, що стосуються життя міста, потрібно доопрацювання окремих стратегічних документів, незручною є систематизація документації міської ради, сайт має дуже недосконалу комунікацію та не відповідає вимогам доступності, відсутня мобільна версія сайту, низька швидкість завантаження, як на мобільних пристроях, так і на стаціонарних комп'ютерах.

Відповідно до визначених недоліків шляхами вдосконалення впровадження інструментів електронного урядування та комунікації офіційного веб-сайту Полтавської міської ради є наступні. По-перше, рішення проблем з публікацією відповідних матеріалів органами місцевого самоврядування, створенням онлайн-сервісів для надання адміні-

стративних послуг через Інтернет. По-друге, покращення комунікації, що створюється сайтом: потрібно доопрацювати інформаційну архітектуру сайту, зробити сайт доступним всім категоріям громадян, в тому числі, з особливими потребами, створити мобільну версію сайту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дубов Д. В. Основи електронного урядування : навч. посіб. / Д. В. Дубов, С. В. Дубова. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006. – 176 с.
2. Моніторинги відкритості сайтів у 2016 році: підсумки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://itrrp.org.ua/monitoryngy-vidkrytosti-sajtiv-u-2016-rotsi-pidsumky>. – Назва з екрана (дата звернення: 4.03.2017).

ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ ПІДТРИМКИ СИСТЕМИ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

О. В. Шацька, ДІД-41;

Т. М. Білоусько, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В сучасних умовах ведення бізнесу особливу важливість набуває інформаційне забезпечення підприємства як передумова його ефективного функціонування. Ефективним засобом є застосування бізнес-комунікацій, як системи підтримки інформаційної взаємодії підприємства з його внутрішнім та зовнішнім бізнес-середовищем.

Головним напрямом підтримки системи бізнес-комунікації і його радикального удосконалення стало масове використання новітньої комп'ютерної і телекомунікаційної техніки, формування на її основі високоєфективних інформаційно-управлінських технологій. Інформаційна технологія може бути визначена як поєднання процедур, які реалізують функції збору, накопичення, зберігання, обробки і передачі даних на основі застосування вибраного комплексу технічних засобів за участі управлінського персоналу[3].

Менеджеру весь час доводиться приймати рішення в умовах великої невизначеності: інфляція, зміна податкових і правових умов роботи, боротьба з конкурентами. Сучасні інформаційні технології дозволяють швидко прораховувати різні варіанти майбутніх рішень, а також давати відповіді на більшість питань. Тому комп'ютери виступають у ролі консультантів, системи називаються системами підтримки прийняття рішень, а прийняття рішень залишається, звичайно, за менеджером [4].

Сучасні інформаційні технології також називають автоматизованими інформаційними технологіями, підкреслюючи роль, яку відіграють

у цих технологіях засоби автоматизації. В автоматизованій інформаційній технології підприємства всі економічні фактори й ресурси відображаються в єдиному інформаційному середовищі (єдиному інформаційному просторі) у вигляді сумісних даних. Це дозволяє розглядати, наприклад, процес ухвалення рішення як побудову й дослідження інформаційної моделі, що показує, які зміни відбудуться з ресурсами підприємства при виконанні тих або інших дій. При цьому із самими ресурсами спочатку нічого не відбувається – у процесі моделювання використовуються тільки дані про їхній стан і сценарії зміни різних параметрів цих станів.

До сучасних інформаційно-комунікаційних засобів автоматизації управлінської діяльності відносяться:

- персональні комп'ютери об'єднані в локальні мережі;
- Інтернет;
- програмні забезпечення;
- текстооброблюючі системи;
- комунікаційні засоби (телефонна техніка);
- засоби обміну інформацією (електронна пошта, аудіо- та відеоінформаційні системи) [2].

Головними завданнями інформаційних технологій є досягнення універсальності методів комунікацій; підтримка систем мультимедіа і максимальне спрощення інтерфейсу «Людина-ЕОМ», заснованого на принципах інтуїтивного інтерфейсу; відкритість стандартів, тобто використання тих протоколів і програмних інтерфейсів, які гарантували б створення єдиного інтерфейсу для всіх взаємодій з ЕОМ: для доступу до файлів, повідомлень, Web-сторінок, документів, графіки і мультимедіа.

Метою інформаційно-технічного рішення є зниження вартості інформаційного контакту, необмеженість об'єму інформації доступної користувачеві, повноцінність використання як персональних машинних ресурсів, так мережних [1].

Таким чином, інформаційні технології реорганізують процес управління, забезпечуючи потужні нові можливості допомоги менеджерам у стратегії, плануванні та управлінні. Нова інтенсивність інформації робить можливими точне планування, передбачення і контроль. Розподіляючи інформацію через електронні мережі, менеджер може ефективно зв'язуватися з тисячами службовцями і навіть управляти великими цільовими групами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Трофімов В. В. Інформаційні системи і технології в економіці та управлінні : навч. посіб. / В. В. Трофімов, О. П. Ільїна, В. І. Кієва та ін. – Санкт-Петербург, 2015. – 206 с.
2. Степко О. Інформаційні системи в менеджменті / О. Степко. – 2014. – С. 32.

3. Синюк В. Г. Використання інформаційно-аналітичних технологій при прийнятті управлінських рішень : підруч. / В. Г. Синюк, А. В. Шевирьов – Москва : ДМК Прес, 2016. – 160 с.
4. Каратигін С. Телекомунікаційні технології для менеджменту / С. Каратигін. – 2015. – № 2. – С. 59.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА СПЕЦИФІКА ДІЛОВОДСТВА У НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОМУ ІНСТИТУТІ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВ

О. В. Костиренко, ДІД-11 і;

Т. М. Білоусько, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах для підвищення ефективності управління потрібне вдосконалення роботи з документами, оскільки всяке управлінське рішення завжди базується на інформації, на службовому документі [2].

Рціональні форми і методи створення та обробки документів, що виправдали себе на практиці, можуть бути доведені до рівня загальної норми лише за умови, що всі беруть участь в процесах створення, обробки і використанні документів та документної інформації, будуть досить точно підтримуватися у своїй діяльності цих єдиних правил і норм діловодства[1].

Інститут культури та мистецтв – один із підрозділів Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Це навчально-науковий підрозділ, що здійснює повний цикл підготовки фахівців за кількома спорідненими спеціальностями. У тісному зв'язку з навчальним процесом інститут виконує фундаментальні та прикладні науково-дослідні роботи відповідно до профілю підготовки фахівців.

Організація діловодства в інституті здійснюється згідно з нормативно-правовими актами, які регулюють цю сферу діяльності, а також відповідними методичними посібниками з діловодства, на підставі яких заклад розробляє власний пакет організаційних, нормативних і методичних документів. У цих документах закріплюються, насамперед, обрані організаційні форми діловодства, технологія роботи з документами.

Органом управління інституту, що займається організацією діловодства, навчальним процесом і створює злагоджену роботу з різними підрозділами інституту, є деканат, який здійснює контроль та організацію діяльності інституту. Безпосереднє керівництво над ним здійснює декан. Він контролює виконання планів і планує роботу деканату, також самостійно визначає чисельність і кваліфікований склад адміністрації інституту. Декан несе відповідальність за звітні дані, відомості і різні матеріали, підготовлені в деканаті.

Особлива увага в інституті приділяється порядку передачі документів всередині установи; підраховується відсоток кореспонденції, яка отримана по електронній пошті; з'ясовується порядок обліку документів та визначається обсяг документообігу за попередній місяць.

До архіву здаються документи, які потребують постійного зберігання:

- Навчальні картки студентів;
- Річні плани робіт засідань інституту;
- Протоколи засідань ДЕК;
- Звіти ДЕК;
- Плани роботи кафедр;
- Протоколи засідань кафедр.

Обмін документами в інституті здійснюється через глобальну мережу Інтернет. Але останнім часом особливою популярністю користуються автоматизовані системи побудови та управління діловими процесами в організаціях серед яких є такі: «ІС:Документообіг»; «ДЕЛО»; «Megapolis. Документооборот»; «БОСС-Референт» та багато інших. За допомогою таких систем можна організувати систему електронного документообігу в інституті, а також систему контролю виконання завдань і завантаження співробітників. Їх мета: не повна відмова від паперових документів (що неможливо з ряду причин, головними з яких є причини юридичного характеру), а зведення до мінімуму переміщення паперів.

Отже, організація та специфіка діловодства в навчально-науковому інституті культури і мистецтв, як підрозділу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, полягає у встановленні єдиного порядку роботи з документами в інституті на основі використання сучасної техніки, автоматизованої технології роботи з документами, скорочення кількості паперових документів і запровадженні електронного документообігу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Блощинська В. А. Сучасне діловодство : навч. посіб. / В. А. Блощинська. – Київ : ЦУЛ, 2005. – 300 с.
2. Палеха Ю. І. Організація сучасного діловодства : навч. посіб. / Ю. І. Палеха. – Київ : Кондор, 2007. – 94 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

М. С. Тюкало, Б-31;

**Т. М. Моисеева, научный руководитель, к. т. н., доцент,
доцент кафедры бухгалтерского учета, УО «Белорусский торгово-
экономический университет потребительской кооперации»**

В настоящее время организация работы предприятия без использования тех или иных информационных технологий невозможна.

Однако, для внедрения и использования новых информационных технологий на предприятии требуются достаточно большие капиталовложения. В частности, эти затраты связаны: с закупкой соответствующего технического и программного обеспечения, их обновлением и сопровождением, а также с оплатой труда сотрудников, обеспечивающих работу программного комплекса. Однако не все предприятия могут иметь свободные средства для этой цели. Поэтому встает вопрос: как минимизировать расходы, связанные с переходом на новые технологии?

Одним из решений такой проблемы является использование именно облачных технологий для организации управления предприятием и ведения бухгалтерского учета.

Какие преимущества предоставляют облачные технологии работникам управленческих и учетных служб предприятия? Прежде всего, это низкая стоимость внедрения и использования. Это связано с тем, что предприятие не закупает программное обеспечение, а «берет его в аренду». Поэтому нет необходимости в его настройке и обновлении. При этом пользователь облака платит за фактическое использование вычислительных мощностей облака. Кроме того, не требуется закупки современного и, как правило, дорогого технического обеспечения. Экономия возможна также и на обслуживании виртуальной инфраструктуры.

Следует также отметить доступность использования программного обеспечения, расположенного в «облаках» из любой точки, где есть Интернет. В этом случае сотрудники предприятия становятся более мобильными, так как могут получить доступ к своему рабочему месту из любой точки земного шара, используя любое мобильное устройство.

При современном уровне развития информационных технологий использование «облаков» является достаточно надежным. Это связано с тем, что работа в «облаке» обеспечена резервными источниками питания, охраной, профессиональными работниками, регулярным резервированием данных, высокой пропускной способностью Интернет каналов, устойчивостью к хакерским атакам, целью которых является желание парализовать работу атакуемого веб-узла.

При выборе облачных технологий предприятие может рассматривать несколько вариантов аренды:

- аренда программного обеспечения (software as a service). Пользователю доступно программное обеспечение, развернутое на удаленных серверах, доступ к которым обеспечивается через сеть Интернет;
- аренда аппаратного обеспечения (hardware as a service). При использовании этого сервиса пользователю предоставляется оборудование, на правах аренды, которое он может использовать для собственных целей;

– аренда рабочего места (workplace as a service). В этом случае предприятие использует облачные технологии для организации рабочих мест своих сотрудников, настроив и установив все необходимое программное обеспечение для их работы;

– аренда данных как услуги (data as a service). Основная идея данного вида услуги заключается в том, что пользователю предоставляется дисковое пространство, которое он может использовать для хранения больших объемов информации;

– аренда безопасности как сервиса (security as a service). Данный вид услуги предоставляет возможность пользователям быстро развертывать, продукты позволяющие обеспечить безопасное использование веб-технологий, безопасность электронной переписки, а также безопасность локальной системы, что позволяет пользователям данного сервиса экономить на развертывании и поддержании своей собственной системы безопасности.

В рамках мероприятий по развитию современной инфраструктуры сети, передачи данных, в Республике Беларусь предусматривается комплекс мер по внедрению облачных технологий. В настоящее время создана единая республиканская сеть передачи данных, а также действует республиканский центр обработки данных, который представляет собой комплекс вычислительных и программных систем, систем хранения данных. К 2020 году планируется создание республиканской платформы, действующей на основе технологий облачных вычислений, которая представляет собой программно-технический комплекс для распределенной обработки данных, реализующая технологии облачных вычислений и обеспечивающая взаимодействие с внешней средой.

Список использованных информационных источников

1. Облачные вычисления: статистика и прогнозы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=24720>. – Назва з экрана (дата обращения: 18.11.2016).
2. Официальный сайт ООО «1С» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.v8.1c.ru/>. – Назва з экрана (дата обращения: 12.05.2017).

ЭРГОНОМИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАБОЧЕГО МЕСТА КАК ОСНОВА БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА БУХГАЛТЕРА

Е. А. Томашевич, Бс-11;

Е. В. Ковальчук, научный руководитель, ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Как известно, для обеспечения высокопроизводительного труда работника необходимыми условиями являются: соблюдение правил пла-

нирования и организации рабочего места, создание благоприятных условий труда, учет эргономических требований. В связи с этим для эффективной деятельности организации особое значение приобретает создание рабочего места офисного работника (управленца, бухгалтера, экономиста, логиста и т. п.) в соответствии с требованиями эргономики. Практикой доказано, что именно от эргономического обеспечения рабочего места во многом зависит, работоспособность, как бухгалтера, так и целой организации.

Неправильная организация рабочего места, оснащённого компьютером, приводит к тому, что через некоторое время работы работающих начинает испытывать определённый дискомфорт: головные боли, резь в глазах, боли в спине и в суставах кистей рук.

Зачастую эти проблемы связаны с:

- недостаточной площадью и объёмом воздуха рабочего места;
- несоблюдением параметров микроклимата в помещении, установленных санитарными нормами – температуры, относительной влажности и скорости движения воздуха;
- пониженным уровнем освещённости рабочих мест;
- повышенным уровнем низкочастотных электромагнитных полей от мониторов и системных блоков;
- нарушением требований организации рабочих мест, произвольной расстановкой мебели и оборудования;
- несоблюдением режима труда и отдыха работниками;
- чрезмерной производственной загруженностью работников.

Эргономическое обеспечение рабочего места – это совокупность методов и средств, обеспечивающих работнику наиболее благоприятные условия работы, учитывающие физиологические и психологические возможности человека [1].

Организация рабочего места бухгалтера предусматривает расположение и планировку производственного помещения; оборудование рабочего места средствами и орудиями труда; размещение орудий труда на рабочем месте в определенном порядке.

Для создания благоприятных условий труда рабочее место бухгалтера должно отвечать следующим санитарным требованиям [2]:

1) требования к компьютеру:

- экран монитора размещают на столе примерно на расстоянии вытянутой руки так, чтобы верхняя граница монитора находилась на уровне глаз или ниже не более чем на 15 сантиметров;
- высота подставки монитора должна быть расположена таким образом, чтобы центр экрана находился чуть ниже уровня глаз;
- компьютер должен быть оборудован правильно настроенным монитором, отвечающим международным стандартам;

- поверхность, на которой расположены клавиатура и мышь, должны находиться на уровне локтя или немного ниже;

- клавиатуру и мышь необходимо размещать таким образом, чтобы при работе с ними не возникало необходимости отдалять локти от туловища. Клавиатура должна располагаться в 10–15 сантиметрах от края стола. Для профилактики заболевания запястного сустава, необходимо использовать коврик с валиком;

2) оптимальная площадь на одно рабочее место для главного бухгалтера – не менее 6 м², для рядового бухгалтера (зона для стола, кресла, шкафов, сейфов, картотеки) – не менее 4,5 м²;

3) залогом высокой работоспособности бухгалтера является правильно подобранные по размеру тела стол и стул. Нормальная высота рабочей поверхности офисного стола составляет 70–75 см. Учитывая разный рост сотрудников, лучше использовать для сидения подъёмно-поворотные кресла с подлокотниками;

4) помещение бухгалтерии должно иметь естественное и искусственное освещение. Для окрашивания стен используют цвета, благоприятно влияющие на нервную систему: слоновой кости, светло-желтый, светло-голубой, светло-зеленый, светло-бежевый;

5) мебель следует размещать с учетом взаимосвязей сотрудников и последовательности выполняемых работ. Рекомендуемые цвета мебели – светло-серый и светло-коричневый

Соблюдая требования эргономики и уделяя должное внимание комфорту рабочих мест, можно превратить офис в место, приятное для каждого работника – своего рода второй дом, куда человек будет приходить не только за зарплатой, но и в предвкушении новой интересной работы. А положительный настрой – это новые идеи, энтузиазм, запас сил и энергии.

Список использованных информационных источников

1. Организация рабочего места при работе за компьютером [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/shkola/bezopasnost-zhiznedeyatelnosti/organizaciya-raboty-za-kompyuterom.html>. – Название с экрана.
2. Организация рабочего места бухгалтера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studbooks.net/64567/buhgalterskiyuchetiaudit/organizatsiya-rabochego-mesta-buhgaltera>. – Название с экрана.

СЕКЦІЯ 9 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ «NESTLÉ S.A.» НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Ю. Г. Зіганшина, студентка 5 курсу спеціальності «Міжнародні економічні відносини»;

*І. А. Артеменко, к. е. н., доцент – науковий керівник,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

«Nestlé S.A.» є найбільшим виробником продуктів харчування у світі. Станом на кінець 2015 р. штат компанії налічує 335 000 працівників, має фабрики у 85 країнах світу та продається на ринках 189 країн.

Мета публікації – дослідити особливості діяльності «Nestlé S.A.» на світовому ринку.

Країни, в яких працює корпорація «Nestlé S.A.», можна розбити на три групи: AMS (Північна та Південна Америка, 161 фабрика), EMENA (країни-члени ЄС, країни Середнього Сходу та Північної Африки, 166 фабрик) та АОО (країни Азії, Океанії та країни Субсахарської Африки, 109 фабрик) (рис. 1). Прибуток від продажів продукції у зоні AMS за 2015 р. склав 25,844 млн швейцарських франків, у EMENA та АОО – 16,403 та 14,338 млн швейцарських франків відповідно [2].

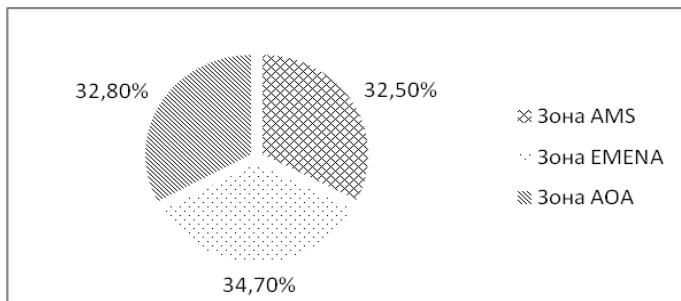


Рисунок 1 – кількість працівників у зонах виробництва продукції «Nestlé S.A.» за 2015 р., %

Джерело: розроблено автором за даними [2].

У 2015 р. річний обсяг продажів «Nestlé S.A.» у світі сягнув 88,75 млн швейцарських франків. Найбільший обсяг продажів

«Nestlé S.A.» у 2015 р. припадає на продукцію порошкових та солодких напоїв (рис. 2).

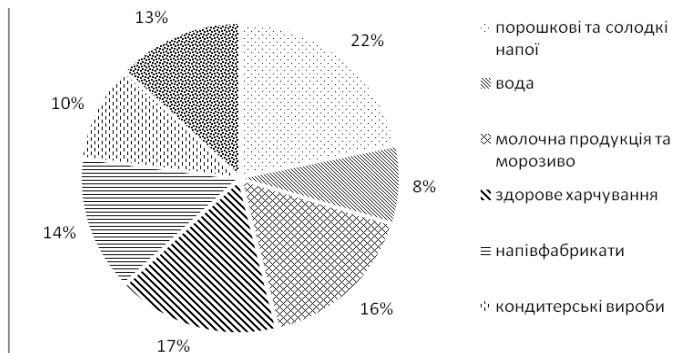


Рисунок 2 – Продажі «Nestlé S.A.» за видами товарів, 2015 р.

Джерело: розроблено автором за даними [2].

Продукція компанії «Nestlé S.A.» представлена на ринках солодких та порошкових напоїв, кондитерських виробів, кулінарних продуктів, дитячого і спеціального харчування, заморожених продуктів, морозива, готових сніданків, мінеральної та столової води, а також продукції по догляду за тваринами. Крім виробництва продуктів харчування, «Nestlé S.A.» володіє акціями підприємств парфюмерно-косметичної промисловості (L’Oreal).

Діяльність компанії «Nestlé S.A.» ґрунтується на принципах здорового способу життя і раціонального харчування. Сьогодні компанія спрямовує значні інвестиції у наукові дослідження та технічні розробки. Велика увага до цих напрямків пов’язана із незмінним бажанням компанії пропонувати споживачам не лише смачну, але й безпечну та корисну продукцію. Такий підхід дозволяє компанії «Nestlé S.A.» розробляти та впроваджувати у виробництво високоякісні продукти, як для широкого кола споживачів, так і спеціальне харчування для більш вузьких груп споживачів із особливими потребами – дитяче харчування, спеціальне харчування для дорослих та дітей, організм яких потребує додаткової чи особливої харчової підтримки. Продукти спеціального харчування компанії «Nestlé S.A.» допомагають споживачам зміцнити імунітет, підтримати організм та покращити здоров’я, а їхнім родинам – полегшити життя.

Компанія «Nestlé S.A.» прагне йти у ногу з часом та відповідати потребам ринку – і тому активно інтегрує у процес виробництва інноваційні наукові технології, які дозволяють вдосконалювати якість продукції. «Якість продуктів – якість життя» (Good Food, Good Life) –

головне кредо компанії «Nestlé S.A.», що залишається незмінним впродовж багатьох десятиліть у кожній країні, де працює компанія [1].

Список використаних інформаційних джерел

1. Nestle S. A. FinancialStatements [Електронний ресурс]: Офіційний сайт NestleS.A. – Режим доступу: http://www.nestle.com/asset-library/documents/library/documents/financial_statements/2015-financial-statements-en.pdf. – Назва з екрана.
2. NestleS.A. QuickFacts 2015 [Електронний ресурс]: Офіційний сайт NestleS.A. – Режим доступу: http://www.nestle.com/asset-library/documents/library/documents/about_us/quick-facts-2015-en.pdf. – Назва з екрана.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОВЕДІНКИ ФІРМИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ (НА МАТЕРІАЛАХ КОМПАНІЇ «MONDELEZ INTERNATIONAL, INC.»)

М. В. Козенко, магістр спеціальності «Міжнародні економічні відносини»;

А. В. Артеменко, к. е. н, ст. викладач – науковий керівник,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Поведінка компанії на зовнішньому ринку визначається внутрішніми її можливостями і перспективами розвитку при досягнутому рівні стратегічного управління. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності також є важливою складовою стратегічного плану підприємства і системи стратегічного управління. Вона передбачає співставлення всіх альтернативних варіантів у сфері зовнішньоекономічної діяльності й прийняття оптимального рішення.

Проблемам формування стратегії поведінки підприємства на міжнародному ринку присвячені праці таких учених як С. Холленсен, Ф. Котлер, Р. Робертсон, К. Бех та ін.

Метою дослідження є вивчення особливостей формування стратегії поведінки «Mondelez International, Inc.» на міжнародному ринку.

Сучасний етап розвитку світової торгівлі характеризується процесом глокалізації, що проявляється в стратегії поведінки фірми на міжнародному ринку, в першу чергу транснаціональних корпорацій [5].

Глокалізація – це стратегія впровадження добре відомих міжнародних брендів на ринок іншої країни з адаптаціями відповідно до місцевих особливостей. Термін «глокалізація» в україномовній науковій літературі використовується як відповідник англійському «glocalization», що виник у результаті з'єднання двох протилежних понять: глобалізації і локалізації [3, с. 5].

Якщо раніше вираз «Думай глобально, дій локально» використовувався тільки стосовно захисту навколишнього середовища, то нині

він використовується й у маркетингової діяльності ТНК, які змушені адаптуватися до особливостей кожного окремого ринку, до потреб і смаків споживачів [1, с. 13].

Глокалізація поєднує в собі спільне проникнення глобального та локального, беручи до уваги важливість культурної складової. Здійснює вплив на міжнародні економічні відносини, на ведення бізнесу в різних країнах, та на маркетинг самої ТНК [4, с. 8].

Здійснюючи свою діяльність в Україні та різних країнах світу, компанія «Mondelez International, Inc.» у своїй маркетинговій діяльності змушена враховувати в кожній окремій країні і процеси глобалізації, і процеси локалізації, які в свою чергу складають глокалізацію.

Так компанія запустила нову лінійку чіпсів «Люкс екстрим» які містять в собі традиційні українські гострі смаки (перець, гірчиця, хрін). Кава з м'яким смаком «Jacobs Monarch Crema» була створена з врахування вподобань українців, для більшості яких смак розчинної кави переважно занадто різкий. Бренд «Корона» представив вагові цукерки, які популярні серед українців, так як це дуже зручно. Людина може вибрати кілька різних видів, змішати й отримати різні смаки та емоції [2].

За результатами дослідження «Звички та ставлення українців до сніданків», близько 60 % українців на сніданок споживають незбалансований сніданок (бутиброди). Це стало поштовхом для виведення на ринок цільнозлакового печива «BelVita. Добрий ранок» із вмістом складних вуглеводів, яке у складі збалансованого сніданку дає енергію на весь ранок [2].

Упровадження такої продукції дало змогу «Mondelez International, Inc.» зайняти гідне конкурентне місце не лише на українському товарному ринку, а й на світовому.

Глокалізація – це феномен взаємодії та взаємовпливу загальносвітових тенденцій і місцевих особливостей, глобалізації та локалізації. Глокальна стратегія відображає необхідність ТНК враховувати в кожній окремій країні і процеси глобалізації, і процеси локалізації, які є складовою успішного ведення господарської діяльності на світовому ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бех К. А. Теоретичні засади глокального маркетингу ТНК / К. А. Бех // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки: збірник наукових праць. – Чернівці : БДФЕУ, 2015. – Вип. 28. Ч. 2. – С. 12–16.
2. Офіційний сайт «Mondelez International, Inc» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.mondelezinternational.com/>. – Назва з екрана.
3. Globalization and Glocalization: special interview with Philip Kotler. Emerging Markets Insight. Mirae Asset Global Investments. – Q1, 2014. – P. 4–7.

4. Hollensen S. Global Marketing / S. Hollensen. – Harlow: Pearson Education, 2007. – 4th ed. – 714 p.
5. Why you should think global, act local [Electronic resource]. – Retrieved from: <http://www.telegraph.co.uk/sponsored/education/festival-of-the-imagination/11844122/think-global.html>.

КОНКУРЕНТНИЙ СТАН СВІТОВОГО РИНКУ РОСЛИННОЇ ОЛІЇ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ

О. О. Худяк, *магістр спеціальності «Міжнародна економіка»;*
Т. А. Дейнека, *к. е. н. доцент – науковий керівник,*
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Останнім часом світовий ринок рослинної олії істотно розширився, в основному, за рахунок збільшення виробництва пальмової олії в Малайзії та Індонезії, соєвої олії в Бразилії, Аргентині та Китаї, а також зростання обсягів споживання рослинної олії населенням країн, що розвиваються.

Україна є активним учасником на світовому ринку рослинної олії, але наразі серед експортерів існує досить напружена конкурентна боротьба за частку на ринку. Україна – світовий лідер з переробки соняшнику і виробництва олії, а вітчизняна олійно-жирова галузь демонструє позитивну динаміку виробництва і розвитку навіть у період соціально-економічної нестабільності. Відтак актуальності набуває питання пов'язане з посиленням конкурентних позицій вітчизняних експортоорієнтованих підприємств аграрного сектору на зарубіжних ринках.

Дослідженню проблем зовнішньоекономічної діяльності підприємств агропромислового комплексу, формування його експортного потенціалу та конкурентоспроможності присвячені праці В. Г. Андрійчука, М. Д. Безуглого, П. І. Гайдуцького, М. В. Калінчика, О. М. Маслака та ін. Проте питання конкуренції на світовому та вітчизняному ринку рослинної олії є досить актуальним і потребує подальшого дослідження.

Метою дослідження є аналіз конкуренції на світовому ринку рослинної олії та дослідження основних тенденцій його розвитку.

На сучасному етапі глобальний агропродовольчий ринок характеризується наступними тенденціями: 1) випереджаюче зростання потреб населення в продуктах харчування, порівняно з обсягами їх виробництва; 2) стійкі тенденції підвищення цін на продовольчі товари; 3) інтенсивний розвиток біоенергетики – галузі, яка тісно пов'язана із сільськогосподарським виробництвом, що зумовлює кардинальний перегляд, країнами-експортерами структури посівних площ в бік «паливних» культур; 4) зниження рівня світових запасів продовольства, зокрема, зумовлене попередніми факторами.

У контексті зазначених тенденцій та з урахуванням глобалізації світового господарства необхідно зазначити, що виробництво сільсько-господарської продукції втрачає свою національну ізолюваність. Виробники, поглиблюючи спеціалізацію, мають змогу збільшувати обсяги виробництва, використовувати економію від ефекту масштабу, підвищувати власну конкурентоспроможність. Розвиток світового ринку рослинної олії визначається трьома основними факторами: триваючим економічним зростанням і збільшенням населення в країнах Азії (Індія та Китай), популяризацією здорового типу харчування в США та країнах ЄС, зростанням обсягів виробництва і споживання біопалива.

За останні роки виробництво та переробка олійного насіння стала одним із привабливих напрямів діяльності аграрного бізнесу. Цьому сприяли постійний попит на олійне насіння, олію та шрот, високі закупівельні ціни та помірні виробничі витрати. За оцінками United States Department of Agriculture (USDA), світове виробництво рослинної олії у 2016/17 маркетинговому році (МР) складе 185,72 млн т проти 177,11 млн т у 2015/16 МР (зростання на 4,8 %). Основними експортерами рослинних олій є Індонезія, Малайзія, Аргентина, Україна, Канада, Росія, ЄС (табл. 1.1) [4].

Таблиця 1.1 – Основні країни-експортери рослинних олій, млн т [4]

Країна	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17 прогноз	Структура, % (2016/17)
Індонезія	23,94	28,51	25,35	28,10	35,8
Малайзія	18,75	18,84	17,83	18,97	24,1
Аргентина	4,55	5,73	6,41	6,32	8,0
Україна	4,36	4,12	4,81	5,36	6,8
Канада	2,45	2,54	2,92	3,31	4,2
Росія	2,46	2,23	2,23	2,65	3,4
ЄС	2,31	2,48	2,48	2,35	3,0
Інші	11,43	12,11	11,57	11,54	14,7
Всього	70,24	76,56	73,60	78,58	100,0

Пальмова олія займає найбільшу питому вагу у світовій торгівлі рослинної олією – понад 60 %. За останні 10 років імпорт пальмової олії збільшився у 2 рази. Прогнозується, що у 2016/17 МР основні поставки будуть здійснюватися Індонезією та Малайзією (25,7 млн т і 17,5 млн т відповідно).

Зовнішні поставки ріпакової олії протягом 2016/17 МР очікуються на рівні 14,25 млн т (зменшення на 6 % у порівнянні з минулим сезоном), з яких 9,80 млн т будуть канадського походження (проти 10,28 млн т у попередньому маркетинговому році) [3].

У 2016/17 МР експорт соєвої олії прогнозується на рівні 11,58 млн т, що на 2 % нижче попереднього періоду. Скорочення зовнішніх поставок цієї продукції відбудеться з боку всіх ключових експортерів: Аргентини (–1 % до 5,65 млн т), Бразилії (–10 % до 1,4 млн т), США (–5 % до 0,98 млн т).

Сукупний світовий експорт соняшникової олії у 2016/17 МР, на відміну від інших попередніх категорій, зросте на 10 % до 8,98 млн т. Основними виробниками соняшникової олії є Україна, Росія, країни ЄС, Аргентина та Туреччина. Збільшення виробництва соняшникової олії пов'язують зі зростанням попиту на неї. Так, Росія збільшить споживання цього продукту порівняно з минулим сезоном на 4 %, Аргентина і Туреччина – 3 %, країни ЄС – 8 % [2]. На відміну від ріпакової та соєвої, соняшникову олію переважно використовують у харчових цілях.

Україна є одним із лідерів світового експорту продуктів переробки соняшнику. За даними USDA, експорт соняшникової олії з України в нинішньому сезоні складе майже 5 млн т, що на 15 % більше попереднього. Для порівняння: експорт соняшникової олії з Росії становитиме у 2016/17 МР 1,9 млн т, або 21 % від світового продажу, Аргентина – 0,6 млн т (6 %). Частка України у світовій торгівлі соняшниковою олією оцінюється на рівні 56 %, що підтверджує одноосібне світове лідерство за зовнішніми продажами цього продукту. Загалом Україна експортує соняшкову олію у 90 країн світу. Основними імпортерами цього виду продукції є Індія, Китай, країни ЄС, Туреччина та Єгипет [2].

На діяльність олійно-жирового бізнесу в Україні впливають кілька факторів. Перш за все – світова кон'юнктура, зокрема, ціна на соєву олію, яка традиційно є індикатором вартості соняшникової олії. Фактично ціна на соняшкову олію залежить від ціни на соєву, яка, в свою чергу, формується на біржі.

Другий фактор впливу – баланс між потужностями з переробки й врожаєм. Врожай насіння соняшнику на рівні 11 млн т – це у наш час той максимум, який можуть забезпечити українські фермери [1]. Потужностей з переробки соняшнику вже більше, ніж пропозиції сировини. Сьогодні в олійно-жировій галузі конкурентна боротьба йде не за покупця олії, а за продавця – своєрідна «перевернута піраміда».

У наш час, враховуючи зростаючу конкуренцію між виробниками рослинної олії, змінюється тип компаній-переробників. Новий тип переробників – це високоєфективні підприємства із середніми за обсягами переробки заводами, які знаходяться поруч із фермерами-постачальниками. Набагато ефективніше, якщо завод багатофункціональний і може переробляти різні види сільгосппродукції – наприклад, соняшник і сою. Для переробника – це можливість диверсифікувати ризики.

Для олійно-жирової галузі України характерна висока концентрація. На 25 найбільших олійнопереробних підприємств доводиться понад 80 % усього обсягу виробництва соняшникової олії. Це як міжнародні, так і вітчизняні компанії, які мають свої заводи у центральних і південних областях України. Провідними компаніями у цій галузі є «Kernel Holding S.A.», «Bunge», «Cargill», «Миронівський хлібопродукт». Процеси консолідації дозволили цим компаніям виробляти й експортувати понад 60 % соняшникової олії України.

Аналіз світового ринку рослинної олії та тенденцій його розвитку дає підстави стверджувати, що Україна поступово зміцнює свої позиції на ньому, а соняшникова олія є одним з основних вітчизняних товарів, що експортуються. Частка України у світовій торгівлі соняшниковою олією оцінюється на рівні 56 %, що підтверджує одноосібне світове лідерство за зовнішніми продажами цього продукту. Загалом Україна експортує соняшкову олію у 90 країн світу. Основними імпортерами цього виду продукції є Індія, Китай, країни ЄС, Туреччина та Єгипет. Виробничі потужності в олійно-жировій промисловості постійно зростають і характеризуються значним рівнем завантаження, що обумовлено стабільно високим рівнем попиту на продукцію галузі. Проте аналіз діяльності компаній-експортерів соняшникової олії, які переважно є афільованими компаніями більш потужних іноземних збутовиків, свідчить про високу ступінь монополізації як вітчизняного, так і зарубіжного ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Давидов Ю. Підлити олії в бізнес: що чекає олійно-жирову галузь у 2016 році [Електронний ресурс] / Ю. Давидов // Forbes.ua. – 2016. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1410322-pidliti-oliyi-v-biznes-shcho-chekae-olijno-zhirovu-galuz-u-2016-roci>. – Назва з екрана.
2. Маслак О. Ринок соняшнику нового врожаю [Електронний ресурс] / О. Маслак // Агробізнес сьогодні. – 2016. – Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/ostannia-vip-novyna/6749-rynok-soniashnyku-novogo-vrozhaiu.html>. – Назва з екрана.
3. Україна забезпечить близько 7 % світового експорту рослинних олій [Електронний ресурс] // Agravery – аграрне інформаційне агентство. – 2017. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/ukraina-zabezpecit-blizko-7-svitovogo-eksportu-roslinnih-olij>. – Назва з екрана.
4. Sunflowerseed and Products: World Supply and Distribution [Електронний ресурс] // United States Department of Agriculture. – 2017. – Режим доступу: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/reportHandler.ashx?fileName=Table%202013:%20Sunflowerseed%20and%20Products:%20World%20Supply%20and%20Distribution&reportId=712&templateId=11&format=html>. – Назва з екрана.

«ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ»

О. Проць, 381 гр., спеціальність «Міжнародні економічні відносини»,
Львівський торговельно-економічний університет;

О. Є. Шайда, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри
міжнародних економічних відносин, Львівський торговельно-
економічний університет

Інтернет-магазин є однією з форм електронної комерції, яка дозволяє споживачам безпосередньо купувати товари або послуги через Інтернет за допомогою веб-браузера. Споживачі знаходять цікавий продукт, відвідавши веб-сайт роздрібною торгівлі безпосередньо або шляхом пошуку серед альтернативних постачальників, використовуючи торговий пошуковик, який відображає наявність одного і того ж продукту і ціноутворення на різних електронних магазинах. Станом на 2016 рік клієнти можуть робити покупки в Інтернеті за допомогою цілого ряду різних пристроїв, включаючи настільні комп'ютери, ноутбуки, планшетні комп'ютери і смартфони.

Сприйняття Інтернету як безпечної торговельної точки почалось з 1994 року [1]. Вино, цукерки та квіти були в числі першопрохідців роздрібних категорій, які сприяли зростанню популярності інтернет-магазинів. Дослідники виявили, що наявність продуктів, які підходять для електронної комерції, є ключовим показником успіху в Інтернеті [2].

Через численні переваги все більше і більше людей говорять, що їм більш привабливі інтернет-магазини в порівнянні зі звичайними магазинами. Ось деякі переваги для покупців в Інтернеті:

1) Зручність: де ще ви можете робити покупки, одягненим в піжаму вночі? Вам не доведеться чекати в черзі або чекати, поки продавець допоможе вам з вашими покупками. Інтернет-магазини дають нам можливість робити покупки 24/7, що є безумовною перевагою для людей, які зайняті вдень або хочуть зекономити час.

2) Кращі ціни: можна отримати дешеві пропозиції і найкращі ціни в інтернет-магазинах, тому що товари надходять від виробника або продавця без посередників. Багато інтернет-магазинів пропонують дисконтні купони і знижки.

3) Різноманітність: можна отримати кілька брендів і продуктів від різних продавців в одному місці. Ви можете промоніторити останні міжнародні тенденції, не витрачаючи грошей на поїздки, робити покупки від роздрібних продавців в інших частинах країни або навіть світу, без обмежень за географічною ознакою. Ці магазини пропонують набагато більший асортимент, ніж ви знайдете на місцевому рівні.

4) Менші витрати: часто коли людина вирушає за звичайними покупками, то схильна витрачати набагато більше, ніж потрібно, на такі речі, як їжа, подорожі, імпульсивні покупки тощо.

5) Порівняння цін: Інтернет-магазини роблять порівняння і дослідження товарів та цін можливим. Інтернет-магазини також дають можливість обмінятися інформацією і відгуками з іншими покупцями, які мають особистий досвід з товаром.

6) Черги: середньостатистична особа намагається уникнути натовпу і черги, коли робить покупки. Черги змушують нас робити поспішні та не завжди обдумані покупки з метою економії часу.

7) Спонтанні покупки: часто коли ми йдемо за покупками, ми в кінцевому підсумку купуємо речі, яких не потребуємо, через вміння продавців «просунути» товар.

8) Особисті покупки: деякі речі краще робити на самоті. Інтернет-магазини дозволяють придбати нижню білизну та інші товари, які ви не хотіли б обговорювати з посторонніми особами чи робити ці покупки при них [3].

Зовсім скоро Інтернет-магазини стануть необхідністю для більшості людей в світі. Прогнозовано, що скоро е-комерція суттєво збільшить свою частку на ринку торгівлі, тим самим відтіснивши на задній план класичні магазини. Враховуючи те, що більшість населення вміло користується банківськими картами, а точки доставки є практично в усіх регіонах, це суттєво збільшує динаміку розвитку і поширення електронної комерції.

Список використаних інформаційних джерел

1. «Shop Direct celebrates 20 years of online shopping». *Shopdirect.com*. 2014-08-11. Retrieved 2016-12-12.
2. «E-retail grows 9,8 % in 2010, com Score says in the United States in 2010».
3. Reasons Consumers Like To Shop Online – Cater To Them For Online Retail Success / <http://upstreamcommerce.com/blog/2012/02/14/8-reasons-consumer-likes-shop-online>

СЕКЦІЯ 10 БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ. МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ І АДМІНІСТРУВАННЯ. МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ «Coca-Cola»

Д. Іванніков, МЗД-11;

Л. М. Шимановська-Діанич, науковий керівник, д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Історія компанії «Coca-Cola» почалася весною 1886 року в невеличкому тоді американському містечку Атланта, на задньому дворі бу-

динку фармацевта Пембертона. Цього дня поважний Джон Пембертон зварив в мідному тазі не зовсім звичний сироп. Джон покликав свого бухгалтера Френка Робінсона та поділився з ним винаходом. Сироп був солодким та густим. Джон відніс його до найбільшої в місті аптеки «Джекобса». Того ж дня перші порції сиropу по п'ять центів за склянку були продані відвідувачам. Незабаром продавці «Джекобса» почали змішувати сироп з газованою водою. Протягом першого року існування «Кока-Колу» розкуповували в кількості дев'яти склянок на день. Назву «Кока-Кола», як і унікальний стилізований шрифт цього товарного знаку, придумав Френк Робінсон. Винахідник напою, напевно, не здогадувався, яке майбутнє чекає його чудовий винахід – незадовго до своєї смерті в 1888 році, він розпродав справу різним партнерам. Через деякий час в Атланті з'явився бідний емігрант з Ірландії Аза Кендлер (Asa G. Candler). В його кишенях був всього 1 долар і 75 центів, але він твердо вірив, що йому посміхнеться щастя на новому місці. Володіючи неабияким комерційним талантом найближчим часом він насправді заробив невеликий капітал та придбав рецепт «Кока-Коли» в удови Пембертона за 2300 американських доларів (в той час це були дуже великі гроші!). Разом зі своїм братом та двома іншими компанйонами він заснував в штаті Джорджія «The Coca-Cola Company» с першопочатковим капіталом в 100 тисяч доларів. І якщо Пембертона варто вважати батьком напою, то Азу Кендлера – батьком компанії «Coca-Cola», яка була зареєстрована 31 січня 1893 року. Товарний знак «Кока-Кола», який використовується з 1886 року, був офіційно зареєстрований в США 31 січня 1893 року. В тому ж році були сплачені і перші дивіденди по акціях Компанії (20 доларів на акцію). З тих пір кожного року Компанія неухильно виплачувала дивіденди своїм акціонерам.

Новий безалкогольний прохолоджувальний напій «Кока-Кола» швидко набував популярності. В 1894 році був відкритий перший за межами Атланти завод по виготовленню сиropу. Це відбулося в Далласі, штат Техас. Наступними були заводи в Чикаго (Іллінойс) та Лос-Анжелісі (Каліфорнія). В 1895 році пан Кендлер не без задоволення зміг повідомити в щорічному звіті акціонерам Компанії, що «тепер «Кока-Колу» п'ють в кожному штаті на всій території США». Попит на «Кока-Колу» стрімко зростав, розширювалася і штаб-квартира Компанії. В 1898 році на Еджвудавенно в Атланті була збудована нова триповерхова адміністративна будівля. Аза Кендлер наївно вважав, що її вистачить для потреб Компанії «на довгі роки», але воно виявилося замалим вже через десятиріччя.

До 1894 року «Кока-Кола» продавалася на розлив. Це відбувалося доти, поки власник магазину в місті Віксбург Джозеф Біденхарн, розмірковуючи як краще постачати напій на плантації уздовж річки Міссісіпі, не встановив у своїй лавці устаткування для розливу «Кока-Коли» в пляшки. Так він став першим виробником напоїв «The Coca-

Cola Company» в пляшках. Але по-справжньому система виробництва розгорнулася п'ятьма роками пізніше. Два підприємця з Чаттануги (Теннесі) Бенджамін Томас та Джозеф Уайтхед отримали від пана Кендлера ексклюзивні права на розлив і продаж напою «Кока-Кола» практично на всій території Сполучених Штатів. Випереджаючи події, відмітимо, що тільки в 1928 році обсяги збуту «Кока-Коли» в пляшках перебільшили обсяги продажу «на розлив». За новим контрактом перший завод по розливу «Кока-Коли» в пляшки було збудовано в місті Чаттануга в 1899 році. Власне, з цього моменту і починається історія всесвітньої Системи «Кока-Коли», системи ботлінга – виробництва і збуту напоїв через партнерів – так званих «франчайзі».

Корпоративна соціальна відповідальність є невід'ємною частиною стратегії ведення бізнесу компанії «Кока-Кола». Відданість зазначеній ідеї закріплена у Місії та Цінностях компанії. КСВ є складовою бізнес-планів і одним із критеріїв, згідно яких оцінюються результати роботи працівників. Пріоритети: збільшення кількості та складності екологічних та соціальних питань, які потребують уваги, спонукають нас визначити пріоритетні напрямки діяльності. Найбільш значимими для підприємства та його зацікавлених сторін є наступні сфери: збереження водних ресурсів; енергозбереження та захист клімату; збір та переробка відходів; здоровий спосіб життя; розвиток наших працівників.

Перераховані пріоритети безпосередньо пов'язані з бізнес-завданнями. Наприклад, внаслідок розширення асортименту продукції, ініціативи, спрямовані на пропаганду здорового способу життя, сприяють задоволенню зростаючого інтересу споживачів к збереженню власного здоров'я. Аналогічно, прагнення до зниження ресурсомісткості виробництва поєднується з нашими екологічними програмами щодо раціоналізації використання енергії, води та пластикової обертки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний сайт компанії «Coca-Cola» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coca-colahellenic.com.ua/>. – Назва з екрана.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ КИТАЯ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Чжан Шитун, студентка групи БА-51 (М);

***В. А. Власенко, научный руководитель, к. э. н., доцент,
доцент кафедры менеджмента, Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

Постоянные изменения окружающей среды приводят к необходимости пересмотра принятых направлений и разработки современных сценариев развития китайского общества в контексте реализации стратегии развития Китая до 2050 года. Поэтому исследование совре-

менных подходов и инструментов разработки и реализации долгосрочной стратегии развития является актуальным.

Вопросы разработки и реализации стратегий развития на макро- и микроуровнях рассматривались в научных трудах многих ученых мира. Следует отметить большой вклад в решение отдельных аспектов этой проблемы таких ученых, как: И. Н. Ансофф, А. С. Виханский, Р. С. Каплан, Д. П. Нортон, Г. Минцберг, М. Е. Портер, А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд, Р. А. Фатхутдинов и др.

Несмотря на важное научное и практическое значение трудов названных ученых, необходимо отметить, что определенный круг задач концептуального и методического характера остался недостаточно развитым, а поэтому исследование обозначенной проблематики является актуальным вопросом.

Цель исследования состоит в обосновании перспективных направлений и сценариев развития Китая в долгосрочной перспективе.

Первые успехи реформ в Китае связывают с созданием в приморских городах Китая свободных экономических зон со льготным режимом для инвесторов. Это помогло избежать приватизации крупных государственных предприятий, особенно естественных монополий, сохранить под контролем государства энергетику, транспорт, разработку природных ресурсов и сосредоточить усилия частных предпринимателей на двух направлениях – производство предметов народного потребления и товаров для экспорта. Кроме того, это позволило Китаю избежать пресловутой «прихватизации», то есть разворовывания общенационального достояния на первом этапе перехода к рынку [1, с. 81].

Успешность проведенных реформ объясняется следующими направлениями [3, с. 86–87]:

1. В Китае была проведена коллективизация сельского хозяйства без раскулачивания, то есть сохранился слой наиболее успешных хозяев.

2. Была проведена приватизация частной промышленности и торговли. Бывшего владельца предприятия после того, как он делал свое предприятие государственно-частным, оставляли на посту генерального директора, который продолжал руководить бизнесом. Именно поэтому Китай пошел такими темпами, которые даже превзошли японское экономическое чудо.

Победа над бедностью коренным образом изменила китайский внутренний рынок, он стал поистине бездонным, неуклонно расширяющимся. Например, в 2010 году китайцы закупили 10 миллионов автомашин, впервые в мире обогнав Америку по продаже автомашин на своем рынке, а на следующий год – уже 17 миллионов автомашин.

3. В Китае рационально распоряжаются антикризисными средствами. Правительство не стало помогать деньгами банкам, а вложило их в инфраструктуру. За годы мирового экономического кризиса китайцы построили 62 тысячи километров первоклассных автострад.

4. Наличие сильной китайской диаспоры – 60,5 миллионов предпринимчивых состоятельных людей. В результате прямые иностранные инвестиции в Китай превысили 500 миллиардов долларов. Благодаря этому поднялся общий технологический уровень производства в стране.

На наш взгляд, используя метод аналогии целесообразно обобщить современные проблемы развития китайского общества, которые являются важными уроками для Украины:

- резко возросшая дифференциация общества;
- значительный разрыв в развитии между приморскими и сравнительно бедными внутренними (особенно западными и юго-западными) районами;
- несогласованное развитие города и деревни;
- дефицит природных ресурсов;
- экономические преступления и коррупция;
- проблемы продовольственной безопасности и др.

Исследователи выделяют три возможные сценарии развития Китая в стратегической перспективе (до 2050 года) [2]:

Сценарий № 1. «Экологическая катастрофа». Основные факторы, предопределяющие эту опасность – очень большая численность населения, особенно сельского, и ресурсоемкий характер экономического роста. Экономические потери Китая от нарушения экологического равновесия и загрязнения окружающей среды оценивают от 10 % до 20 % ВВП, причем около 2/3 потерь от нарушения экологического равновесия и 1/3 от загрязнения окружающей среды [3, с. 90].

Сценарий № 2. «Быстрое старение населения и угасание по японскому варианту». Одним из важных факторов успеха китайских реформ и быстрого экономического роста в результате их проведения стала демографическая политика, направленная на сокращение рождаемости в стране. Ее несомненный успех имеет оборотную сторону – старение населения. По прогнозам, к 2050 г. около 30 % населения Китая будет старше 60 лет [1, с. 98].

Сценарий № 3. «Борьба за лидерство в мире». Как подчеркивали авторы доклада Национального разведывательного совета США «Глобальные тенденции – 2025: меняющийся мир»: «... Если нынешние тенденции не изменятся, к 2025 г. экономика Китая станет второй по величине в мире, а сам он – ведущей военной силой». В результате экономика Китая будет лидировать не только по объемам, хотя и здесь ее отрыв от других впечатляет уже сейчас (с 2014 года экономика Китая – 1-я в мире по ВВП по паритету покупательной способности и 2-я – по номинальному ВВП), но и по уровню охвата рынка [4].

Прямыми свидетельствами успешности реформ является то, что органы государственной власти Китая планирует долгосрочную стратегию развития, которая позволяет воплощать реалистичные сценарии

економічного розвитку. При цьому головне напрямлення діяльності державства – не порушити соціально-політичну стабільність розвитку общества, реалізувати ідею соціальної гармонії і продовжати курс на велике відродження китайської нації.

Таким образом, як показали експертні оцінки, на сучасному етапі розвитку Китаю і в довгострочній перспективі (до 2050 року) найбільш ймовірним сценарієм є сценарій № 3 «Боротьба за лідерство в світі». Влада Китаю прийняла курс на «велике відродження китайської нації» і будуть в подальшому називати себе «самостійна розвиваючася нація», яка реалізує власну стратегію довгострочного розвитку і ефективну модель економічного зростання.

Список использованных информационных источников

1. Бергер Я. М. Экономическая стратегия Китая [Текст] / Я. М. Бергер. – Москва : ИД »ФОРУМ», 2009. – 560 с.
2. Виноградов А. В. Сценарии развития Китая до 2050 г. [Электронный ресурс] / [А. В. Виноградов, В. Т. Головачев, А. И. Кобзев, А. В. Ломанов, Ю. В. Чудодеев]. – Режим доступа: http://www.perspektivy.info/history/scenarii_razvitiya_kitaja_do_2050_g_2014-12-15.htm. – Заголовок с экрана.
3. Муратшина К. Г. «Китай-2050»: специфика формирования стратегии [Текст] / К. Г. Муратшина // Актуальные проблемы развития ШОС. – 2010. – № 3. – С. 85–92.
4. Овчинников О. Стратегия развития Китая [Электронный ресурс] / О. Овчинников. – Режим доступа: <http://www.pravda.ru/world/asia/fareast/16-11-2012/1134930-ovchinnikov-0/>. – Заголовок с экрана.

АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ ЕІМА ВРМ

Р. М. Сеїдов, МА м-51;

В. О. Таталасє, науковий керівник, к. т. н., доцент кафедри менеджменту, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Автоматизація в даний час є досить актуальним і важливим напрямком у сфері теорії та практики управління бізнес-процесами. Її основною метою є підвищення соціально-економічної ефективності підприємства шляхом цілеспрямованого впровадження програмних і апаратних систем, що підвищують швидкість і точність реалізації бізнес-процесів, мінімізують при цьому помилкові дії і рішення, що виникають під впливом так званого «людського фактору». При автоматизації бізнес-процесів людина не виключається повністю з ланцюжка створення додаткової вартості, а зберігає присутність у біль-

шості функціональних областей діяльності підприємства. Автоматизація швидше означає найбільш раціональний розподіл обчислювальної та виробничого навантаження між людиною і машиною, баланс якого залежить від конкретного підприємства і цілей автоматизації [адаптовано автором за 1, с. 52].

Для проведення автоматизації бізнес-процесів існують певні вимоги до підприємства, без яких вона стає малоефективною і складно реалізовується. Одним з основних вимог є переклад підприємства на процесну модель управління.

В сучасних умовах розвитку підприємств України все більше поширення й застосування одержують новітні концепції управління. Найбільш перспективною є концепція Business Performance Management (BPM). Основне призначення систем подібного роду полягає в забезпеченні функцій збору, систематизації й аналізу інформації, необхідної для прийняття стратегічних управлінських рішень [5, с. 72].

Business Performance Management (BPM) – відносно нова концепція управління, що позначає цілісний, процесно-орієнтований підхід до прийняття управлінських рішень, спрямований на підвищення спроможності підприємства оцінювати свій фінансовий стан і управляти ефективністю своєї діяльності на всіх рівнях шляхом об'єднання власників, менеджерів, персоналу і зовнішніх контрагентів в рамках загального інтегрованого середовища управління.

Можливості систем BPM різноманітні. Вони можуть сприяти зменшенню термінів закриття бухгалтерських книг, оптимізують процес прийняття рішень з допомогою надання точнішої і своєчасної інформації більшій кількості співробітників. Системи BPM також в змозі сприяти виконання вимог законодавства, т.к. підтримують контрольні журнали, повідомляють про істотні зміни і забезпечують єдиний набір узгоджених даних. Можуть істотно знизити кількість трудомістких процесів, як то використання коштів бюджетування з урахуванням Excel, чи навіть сприяти оновленню застарілих систем. Нарешті, інструменти BPM здатні збільшити ефективності роботи компанії завдяки тому, що змушують кожного сконцентруватися за тими ключових показниках ефективності, які найвище керівництво вважає абсолютно пріоритетними.

Основний ефект, який вдається досягти при впровадженні системи BPM до управління це розподіл і регламентація відповідальності персоналу, оптимізація часу і вартості виконання робіт. Впровадження процесного підходу стало стандартом «де-факто» для багатьох західних організацій та включено в вимоги стандарту ISO 9001.

Додаток ELMA BPM реалізує концепцію BPM, що дозволяє будувати гнучкі адаптивні інформаційні системи, здатні оперативного змінюватися разом зі зміною бізнес-процесів компанії. Завдяки використанню додатка ELMA BPM можна навести порядок в бізнес-про-

цесах організації, зробити їх виконання чітким і формальним.

Стандартний проект впровадження, включає наступні етапи:

- Вибір конфігурації (модулів) системи ELMA.
- Аналіз потреб, цілей і завдань організації, які повинна вирішити система ELMA.
- Розробка технічного завдання, яке дозволяє більш детально визначити способи і механізми вирішення завдань Клієнта.
- Реалізація технічного завдання.
- Навчання співробітників компанії роботі з системою.
- Запуск системи в тестовому режимі.
- Налаштування і доведення системи.
- Запуск системи в роботу, технічна підтримки та обслуговування.

Висновок: Основними перевагами при впровадженні системи ELMA на підприємстві є: підвищення конкурентоспроможності; побудова прозорих бізнес-процесів; розвиток корпоративної культури; доступність і безпека; гнучкість і інтеграція; надійність та інновації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Командровська В. Є. Бізнес-процеси підприємства: сутність та методи удосконалення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppci/2011_30/Moroz.pdf. – Назва з екрана.
2. Ойхман Е. Г. Реінжинірінг бізнеса: реінжинірінг організації та інформаційні технології / Е. Г. Ойхман, Э. М. Попов. – Москва : Финансы и статистика, 1997. – 345 с.
3. Репин В. В. Бизнес-процессы компании: построение, анализ, регламентация / В. В. Репин. – Москва : РИА «Стандарты и качество», 2007. – 240 с.
4. Хаммер М. Реінжинірінг корпорации: Манифест революции в бизнесе / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи ; пер. с англ. Ю. Е. Корнилович. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 287 с.
5. Крейг Шифф (Craig Schiff). Передовий досвід проєктів BPM: ключові кроки до успіху (Best Practices in BPM – Key Steps to Success).

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В КИТАЕ

Чжан Шитун, студентка группы БА-51м;

О. В. Бондарь-Подгурская, научный руководитель, к. э. н., доцент, доцент кафедры менеджмента, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В современном Китае представлены практически все организационно-правовые формы предприятий: акционерные общества; общества с

ограниченной ответственностью; партнерства и т. д. Однако для понимания особенностей и специфики корпоративных процессов наибольшее значение имеет классификация корпоративных предприятий по характеру их собственников. С этой точки зрения для Китая принципиально важно выделение: государственных; коллективных; частных предприятий. При этом стержень китайского корпоративного сектора составляют государственные акционерные компании и компании с государственным управлением (более 60 %). Частные акционерные компании представлены предприятиями малого и среднего бизнеса. Доминирующими формами остаются индивидуальное предприятие и общества с ограниченной ответственностью.

В 2009 г. первые 34 позиции в национальном китайском рейтинге занимали исключительно государственные концерны, что отразилось и в мировых бизнес-рейтингах (Forbes – Forbes Global 2000), где в число ТОП-10 мировых публичных корпораций входят четыре китайские компании, две из которых располагаются на первой и второй строчках рейтинга [1]. Кроме того анализ рейтинга ТОП-30 мировых бизнес-лидеров в 2013 году позволил выделить основные отрасли, в которых доминируют китайские компании: 1) сектор банковских услуг; 2) компании нефтегазового комплекса. В первую десятку мировых нефтяных гигантов входят две китайские государственные корпорации: **Petrochina** – дочерняя компания государственного концерна CNPC, материнской компании которой принадлежит по-прежнему свыше 86 % акционерного капитала. Вторая в рейтинге китайская корпорация **Sinopec-China Petroleum** также является дочерней компанией одного из государственных концернов, в данном случае – China Petrochemical Corporation.

Следует отметить интересный факт – Petroleum не отличаются высокой эффективностью своей деятельности. Так, средняя рентабельность активов данных компаний (ROA) составляет 5,2 %, в то время, как усредненное значение этого показателя по другим компаниям того же ТОП-10 составляет 7,9 %. Относительно высокая оценка рынком через показатель Р/Е (среднее значение 12,4) отчасти объясняется низкой долей акций в свободном обращении (free float) при сохраняющемся, достаточно высоком мировом спросе на китайские активы!!! [1]

Большинство китайских корпораций, а точнее их основных участников и заинтересованных лиц, устраивает сложившийся порядок вещей, который демонстрируют европейцам и американцам степень *«цивилизованности» компаний в их мировосприятии*. Так, доминирующий в экономике сегмент государственных предприятий финансируется преимущественно за счет комфортных банковских кредитов, и они по-прежнему имеют привилегированно упрощенный доступ на национальные биржевые площадки. Частные акционерные компании не имеют этих и подобных преференций, но и не играют особо зна-

чимой ролі на національному рівні в сфері соціально-економічних відносин.

Для державних банків на перший план виходить «соціальна» або навіть «політична» значимість підприємства, ніж його ринкова ефективність, що обумовлено склалася системою корпоративного управління, дозволяючої ігнорувати вимоги ринкової ефективності зі сторони незалежних (в тому числі менш ринкових) інвесторів.

Таким чином, формується особлива національна модель корпоративного управління [2, 3], яка призначена створити найбільш сприятливі умови для реалізації рішень політичного керівництва країни щодо соціально орієнтованих дій.

Список використаних літературних джерел

1. Мецгер А. А. Органи корпоративного управління в китайських компаніях / А. А. Мецгер // Економіка. Менеджмент. Маркетинг. – 2014. – № 2 (48). – С. 53–60.
2. Бондар О. В. Формування вітчизняної моделі корпоративного управління / О. В. Бондар // Методологія та практика менеджменту на порозі ХХІ століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти: матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 45-річчю ПУСКУ (Полтава, 10–12 травня 2006 р.). – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2006. – С. 89–90.
3. Бондар-Підгурська О. В. «Ділове адміністрування (Корпоративне управління)» / О. В. Бондар-Підгурська, А. О. Глебова. – Київ : ТОВ «Видавництво Ліра-К», 2015. – 476 с.

ВПЛИВ ВЗАЄМОВІДНОСИН В КОЛЕКТИВІ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ НИМ

**Д. О. Давидян, МО-31; В. В. Шевченко, МО-31; В. О. Сасенко, МО-31;
О. П. Білінська, асистент кафедри менеджменту – науковий керівник,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

В умовах сучасного розвитку суспільства та активізації тенденції до підтримки життєдіяльності колективу, пріоритетним стає розвиток гармонізації трудових відносин в колективі.

Взаємовідносини в колективі відіграють велику роль в загальній системі управління організацією. Оскільки саме міжособистісні стосунки працівників позитивно або негативно впливають як на роботу в окремому підрозділі, так і на загальний колектив фірми.

Вагомий внесок у розуміння проблем формування трудового колективу підприємств зробили такі вітчизняні вчені, як Амоша О. І., Грішнова О. А., Дмитренко Г. А., Колот А. М., Лібанова Е. М., Лісо-

гор Л. С., Семикіна М.В., Шаульська Л.В. та інші. Серед зарубіжних вчених питання формування трудового колективу як основи ефективного управління персоналом досліджували П. Друкер, Р. Інгларт, Д. Мак-Клеланд, Б. Твісс, П. Самуельсон та ін.

В середині кожної організації існує певна соціально-психологічна структура колективу – це внутрішня неформальна структура у вигляді міжособистісних взаємостосунків.

У рамках аналізу змісту відносин між членами колективу можна виділити наступні сфери:

- професійну;
- ціннісно-світоглядну;
- сферу міжособистісних відносин.

Ефективному керівнику просто необхідно знати про всі три сфери відносин між робітниками. Оскільки їх знання та усвідомлення – значною мірою полегшать процес управління персоналом.

Якщо більш детально з'ясовувати вплив взаємовідносин в колективі, то треба зазначити, що окрім вище перерахованого, існує певна класифікація типів взаємовідносин в колективі. Її запропонували американські дослідники Блейк і Мутон. Вона заснована на комбінації двох головних параметрів: увазі до людини, мірі обліку інтересів людей і увазі до виробництва, міри врахування інтересів справи. Це п'ять типів взаємовідносин всередині колективів, які істотно розрізняються з точки зору морально-психологічного клімату. А саме: невтручання, тепла компанія, задача, золота середина, команда;

Що стосується такого типу взаємовідносин як «невтручання», то він характеризується низьким рівнем турботи керівника і про виробництво, і про людей. Керівник багато робить сам, не делегує своїх функцій, не прагне до серйозних досягнень. Вибір такого типу взаємовідносин управлінцем не призводить до позитивних наслідків.

Що до такого типу як «тепла компанія», то він вміщує в себе: високий рівень турботи про людей, прагнення до встановити дружні відносини, приємну атмосферу, зручний для співробітників темп роботи. Однак є один основний недолік – працівники настільки розслабляються на робочому місці, що взагалі забувають про їхнє основне завдання – працювати на благо компанії, підвищувати ефективність виробництва.

Тип «задача»: увага керівника повністю зосереджена на рішенні виробничих задач. Людський чинник або недооцінюється, або просто ігнорується. На взаємовідносини в колективі вибір даного типу впливає досить негативно. Бо скоріш за все, при виборі типу «задача» управлінець навіть не розглядає, його не цікавлять сфери взаємовідносин в колективі (професійна, ціннісно-світоглядна, міжособистісних відносин).

«Золота середина»: керівник в своїй діяльності прагне оптимально поєднувати інтереси справи і інтереси персоналу, він не вимагає дуже багато від співробітників, але і не займається потуранням. Вибір даного типу є оптимальним рішенням для управління.

Тип «команда» являється найбільш переважним типом взаємовідносин в робочій групі. Керівник прагне максимально враховувати інтереси виробництва і інтереси колективу, об'єднанню діловитості і людяності на всіх рівнях відносин. Усі ефективні управлінці по світу обирають саме цей тип управління персоналом

Всі із вище перерахованих типів взаємовідносин в колективі існують на підприємствах, вибір якогось із них залежить тільки від керівника

Головну роль у системі впливу взаємовідносин в колективі та в процесі управління ним посідає роль керівника. Відповідно перед керівником постає задача – удосконалення структури трудового колективу, підвищення його морально-психологічного клімату, підвищення стійкості та зменшення плинності кадрів в організації. Для цього потрібно вміти вивчати потреби і інтереси різних соціальних груп працівників, динаміки змін структури колективів, вивчати причини плинності кадрів і порушень трудової дисципліни, удосконалювати соціально-психологічний клімат в колективі, оптимізувати співвідношення цілей керівництва і складу різних виробничих та управлінських груп.

Для дослідження даного питання було проведено аналіз взаємовідносин між працівниками та керівниками ТОВ «Нова пошта». Проведене дослідження дало можливість отримати наступні результати.

Серед перваг роботи керівників з персоналом варто виділити наступні: повний інструктаж, екскурсія для нових працівників керівником особисто; допомога керівника в адаптації нових працівників; обов'язкове навчання для нових працівників; особисте спілкування з персоналом кожного відділення Регіонального директора.

Серед недоліків у роботі керівників з персоналом було виявлено наступне: вимога до швидкого засвоєння нової інформації; складна специфіка «робочих» термінів; непередбачувані «форс-мажори»; вимога від працівників високої стресостійкості та уважності.

Управлінський вплив на формування взаємовідносин в колективі: безпосередня участь керівника у формуванні ефективної команди колективу та адаптації нових працівників до нього; застосування неформальних зустрічей працівників; формування дружнього духу колективу як фактору покращення взаємовідносин в колективі.

Отже, вплив взаємовідносин в колективі на процес управління ним є дуже високим. Саме взаємовідносини між працівниками – являються головним фактором, який потрібно враховувати менеджеру при процесі управління персоналом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Зуева И. Имидж привлекательного работодателя. Как создать комфортную атмосферу в коллективе / И. Зуева // Корпоративная имиджелогия. – 2008.
2. Лобанова А. М. Внешняя и внутренняя среда компании. Взаимодействие компании и ее среды / А. М. Лобанова // Справ. секретаря и офис-менеджера. – 2008.
3. Удалов О. Ф. Внутренняя среда предприятий как фактор роста эффективности управления / О. Ф. Удалов // Проблемы регион. экономики. – 2009.

СЕКЦІЯ 11 ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

ЛІДЕР: ФОРМУЛА УСПІХУ

Ю. Г. Зіганшина, МЕН-51;

Л. В. Рудич, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Що ж вважається успіхом і як його досягти? Ця тема є однією з постійно дискутованих у сучасному світі. Існує багато думок у вигляді статей лідерів мережевого маркетингу, де успіх зводиться до кількості грошових знаків, а також товстих академічних видань, де майже науковим способом виведені широкі переліки передумов успіху тощо.

Уваги й заслуговує лаконічна, ємна і проста формула успіху, яку вивів бізнес-тренер Радислав Гандапас. Успішною людиною може вважатися той, хто має надлишок (профіцит) чотирьох життєвих ресурсів: часу, енергії, статусу, грошей [1].

Проаналізуємо ці ресурси. Час залежить від бажання, енергія пов'язана із персональними характеристиками людини, статус та гроші заважають досягти автентичне значення сутності лідера, адже ці інструменти є руйнівною силою вибору людей, а не повага та мотиваційний запал. Отже, виведену формулу не можна назвати універсальною істиною для людства. Для кожної людини формула успіху своя, проте необхідно вивести показники притаманні кожному рівнянню. Історія є основним ресурсом усіх відповідей на всі питання, то ж доцільним буде згадати життя відомих людей.

Політичний діяч, двічі прем'єр-міністр Великобританії, Вінстон Черчилль змушував людей замислитися, що будь-які набуті навички будуються на основі неприборканого прагнення рватися, прагнути до більшого і в кінцевому підсумку лідирувати. Лідер – це людина «на

передовій», яка відчуває «запах» свого поту і тримає за руку свого колегу.

Відомий в історії американець якийсь сказав: «Кращий лідер-керівник той, кому вистачає розуму, щоб підбирати підходящих людей для роботи, яку потрібно виконати, і досить стриманості, щоб не втручатися в їхню роботу, поки вони її виконують». Цим американцем був 32й президент Франклін Делано Рузвельт – людина, яка змогла провести безліч реформ та підтримати своїх людей під час Великої Депресії, єдиний президент обраний 4 рази.

Морроу Дуайту належить вислів : «Світ ділиться на тих, хто робить справу, і тих, хто отримує похвалу. Постарайтеся, якщо зможеш, належати до першої категорії. Там набагато менше конкуренції», який якомога влучно виражає первинну сутність лідера – працьовитість [2].

Дослідивши історію, логічним є виведення формулювання успіху:

УСПІХ = АМБІЦІЇ + ІНТЕЛЕКТ+ПРАЦЬОВИТІСТЬ.

Кожна складова є комплексною, тому необхідно також зазначити й якісний склад кожної.

Амбіції – упевненість³, хоробрість⁴, незламність⁵.

Інтелект – організованість⁶.

Працьовитість – вміння мотивувати⁷, власний практичний досвід⁸.

Успіх завжди залишатиметься у статусі терра-інкогніта, адже із часом змінюється й усе навколо

Список використаних інформаційних джерел

1. Лідерство. Чи кожному воно властиве? [Електронний ресурс] : Інформаційно-аналітичний портал «4 Влада», 2015. – Режим доступу: <http://4vlada.com/consultation/45779>. – Назва з екрана.
2. Вислови про лідерство [Електронний ресурс] : Інформаційний портал «Острів Знань», 2007. – Режим доступу: <http://tsikave.ostriv.in.ua/publication/code-1ADD67DB7EFCC/list-1525ACD0B27>. – Назва з екрана.

³ «Упевненість у собі в сполученні з непевністю у всьому іншому – наріжний камінь справжньої могутності» – Джуффін Халлі.

⁴ «Часто в реальному світі процвітають не розумні, а хоробрі» – Роберт Кійосакі.

⁵ «Я вимірюю успіх людини не по тому, як високо він здійнявся по сходах успіху, а по тому, наскільки він здійнявся після того, як упав» – Паттон Джордж.

⁶ «Лідерство – це вміння ефективно спілкуватися й організовувати людей» – Ейдер Джон.

⁷ «Якісне керівництво – це вміння змусити людей робити те, чого вони не люблять, і переконати їх у тому, що їм це подобається» – Гаррі Трумен.

⁸ «Ви не станете лідером, якщо спочатку не навчитеся наслідувати й бути веденим» – Тіоріо.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СТИЛІВ ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІННІ

Г. В. Мусієнко, УПЕП-31;

Л. В. Рудич, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

*«Лідерство схоже на красу – йому складно дати визначення,
але коли ви бачите його, то точно знаєте, що воно – перед вами»*

Уоррен Бенніс

Успіх і ефективність організації безпосередньо залежить від менеджера, який буде направляти роботу інших і нести персональну відповідальність за її результати. На даний час особлива увага приділяється питанням ефективної взаємодії керівника і підлеглого. Адже саме від керівництва та обраного ним стилю управління будуть залежати мотивація працівників, їх ставлення до праці, рівень і якість продуктивності, дисципліна, взаємовідносини в колективі і багато іншого.

Лідерство – це процес діяльності людини, яка веде групу до наміченої мети, сприяє формуванню групових цілей, виражаючи потреби і прагнення людей в організації. Людина, яка має такий статус, називається лідером [1].

Кожен лідер у процесі управлінської діяльності виконує свої обов'язки у властивому тільки йому стилі. Під стилем лідерства розуміють типова для лідера систему способів та прийомів впливу на підлеглих [2].

На даному етапі розвитку суспільства існує багато підходів до визначення класифікації стилів лідерства. За основу нашого дослідження ми взяли класичну та найбільш поширену теоретико-польову концепцію Курта Левіна. Згідно неї виділяють авторитарний, демократичний та ліберальний стилі лідерства [3].

Вважається, що найефективнішим є демократичний стиль управління. Однак К. Левін, на прикладі управління групами підлітків, дійшов висновку, що найефективнішим щодо обсягів і якості робіт є перший. Але при цьому, у колективі під керівництвом авторитарного лідера спостерігаються напружені стосунки, більша агресивність, низька мотивація, менша оригінальність, більша тривога і одночасно – залежніша і покірніша поведінка, на відміну від демократичного стилю [4].

Узагальнення результатів досліджень дало змогу виявити, що немає ідеального стилю лідерства, адже кожен з них має свої як сильні, так і слабкі сторони.

На базі Прилуцького професійного ліцею Чернігівської області нами було проведено соціологічне дослідження щодо притаманного

директору стилю управління. Розглянувши стиль управління в даній установі ми пропонуємо директору більше уваги звернути на роботу співробітників і часом мотивувати їх на краще виконання своїх обов'язків.

Так само хотілося б побажати керівнику трохи демократичності в його управлінні, набагато частіше радитися з працівниками ліцею, прислухатися до їхньої думки, обговорювати питання, що мають відношення до цих працівників і роботи, яку вони виконують.

В даний час, керівнику необхідно приділяти більше уваги між-особистісним стосункам всередині колективу. Постійні зміни в сучасному суспільстві змушують завжди бути готовим до проведення реформ в галузі управління. Тому стає очевидним, що зустрітися з будь-яким з розглянутих нами стилів в крайньому своєму прояві неможливо, так як не кожен стиль може підійти до ситуації, що склалася.

З огляду на це, основним напрямом формування та вдосконалення стилю управління в системі освіти є оволодіння керівником методами та засобами відомих стилів – авторитарного, демократичного, ліберального. Тобто директору професійно-технічного навчального закладу необхідно постійно оновлювати арсенал способів впливу на педагогічний та учнівський колективи. Залежно від конкретної ситуації, директору потрібно діяти як лібералові, демократові чи автократові (використовуючи позитивні риси кожного з них).

Кожен керівник вибирає свій шлях управління компанією або її ланкою, тобто кожному керівникові властивий індивідуальний стиль керівництва, що залежить від внутрішніх та зовнішніх факторів. Адже лідер – це не формальність, а стан душі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Козак К. Б. Роль лідерства в системі управління персоналом на підприємстві [Електронний ресурс] / К. Б. Козак // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 3. – С. 24–28. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2013_3_7 лідер. – Назва з екрана.
2. Либин А. В. Стиль человека: психологический анализ / А. В. Либин. – Москва : Смысл, 1998. – 310 с.
3. Нестуля О. О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля, В. В. Карманенко. – Київ : Знання, 2013. – 287 с.
4. Скібіцька Л. І. Лідерство та стиль роботи менеджера [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Л. І. Скібіцька. – Київ : Центр навчальної літератури, 2009. – 192 с.

РЕСУРСИ СТРЕСОСТІЙКОСТІ ЛІДЕРА ТА МЕТОДИ ПОДОЛАННЯ СТРЕСУ

Т. С. Ткаченко, ГРС-51;

Л. В. Рудич, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах діяльність лідера пов'язана з повсякчасним впливом стресових факторів, у зв'язку з цим особливо актуальною постає проблема подолання стресу і підвищення стресостійкості задля збереження здоров'я та працездатності лідера.

Дослідженню стресу та стресостійкості присвячені праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як: Р. Лазаруса, С. Фолкмана, Дж. Амірхана, Г. Моніної, Н. Раннали, І. Ібрагімової, Н. Лебідь та інших. Оскільки інформаційне суспільство характеризується високим рівнем розумового навантаження керівника-лідера, а також постійним збільшенням джерел стресу, то подальше дослідження даної тематики зберігає актуальність.

Під стресостійкістю розуміють інтегративну властивість особистості, що забезпечує здатність до соціальної адаптації, збереження значимих міжособистісних стосунків, успішної самореалізації, досягнення важливих цілей, збереження працездатності і здоров'я [1].

Узагальнену класифікацію ресурсів стресостійкості лідера представлено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Класифікація ресурсів стресостійкості лідера [2]

Внутрішні	Зовнішні
Особистісні: інтернальний локус контролю; впевненість у собі; позитивне та раціональне мислення; розуміння власних цілей; емоційно-вольові якості; емоційний інтелект; життєвий досвід; уміння звернутися за допомогою і прийняти її; навички тайм-менеджменту тощо. Поведінкові: копінг-стратегії; асертивна поведінка; пошук соціальної підтримки. Фізичні: стан здоров'я; турбота про збереження та зміцнення здоров'я. Стиль життя: шкідливі звички; час для відпочинку; здорове харчування та сон.	Соціальна підтримка (емоційна, матеріальна, інформаційна): інститути соціальної підтримки; держава; організація; родина; друзі. Матеріальні: достатній рівень матеріального прибутку; задовільні умови життя та відпочинку; безпека життя; оптимальні умови праці; стабільність оплати праці.

Розглянемо детальніше копінг-стратегії за Дж. Амірханом, які використовуються для подолання стресу [1]:

– стратегія вирішення проблем – лідер намагається використовувати всі наявні в нього особистісні ресурси для пошуку можливих способів ефективного вирішення проблеми;

– стратегія пошуку соціальної підтримки – лідер для ефективного вирішення проблеми звертається за допомогою і підтримкою до оточуючого середовища: сім'ї, друзів, інших значущих осіб;

– стратегія уникнення – лідер намагається уникнути контакту з оточуючою його дійсністю, відійти від вирішення проблем.

Вибір стратегії здійснюється відповідно до ситуації, адже в деяких випадках можливо самостійно впоратися з труднощами, що виникли, в інших – потрібна підтримка оточуючих, а іноді варто просто уникнути зіткнення з проблемною ситуацією, заздалегідь оцінивши її негативні наслідки.

При виникненні конфліктної або стресової ситуації особа може демонструвати пасивну чи активну поведінку. Пасивна характеризується відходом від ситуації. Активна включає в себе наступні підвиди: агресивну, маніпулятивну та асертивну поведінку. Саме вияв асертивної поведінки забезпечує відкритість і готовність до взаємодії на основі співробітництва, що дає змогу отримати необхідну соціальну підтримку та допомогу при зіткненні зі стресовими ситуаціями [4].

Загалом доцільно застосовувати такі способи виходу зі стресу, як: регуляція емоційних станів (зовнішній вияв емоцій, тонус скелетних м'язів, психічна розрядка), методика аутогенного тренування (релаксація, самонавіювання), антистресове харчування та фітотерапія; фізична активність; оптимізація навичок сну; особистісна саморегуляція часу або тайм-менеджмент; вироблення несприйнятливості до стресора [3].

Для визначення власних ресурсів стресостійкості пропонується використовувати методику SWOT-аналізу, за якою аналізуються у вигляді матриці сильні та слабкі сторони, а також можливості і загрози. Серед студентів академічної групи було проведено SWOT-аналіз шляхом опитування, результати якого представлені в таблиці 2.

Таблиця 2 – Матриця SWOT-аналізу ресурсів стресостійкості академічної групи

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Досвід роботи за спеціальністю, знання іноземних мов, якісна освіта, впевненість у собі, комунікабельність	Страх перед аудиторією, невпевненість та прискіпливість до себе
Можливості (O)	Загрози (T)
Стажування (зокрема закордонне), підвищення рівня володіння іноземними мовами, тренінги з розвитку лідерських якостей, постійна робота на бажаній посаді	Насиченість ринку праці, нестабільна економічна ситуація, неотримання візи

Отже, було зазначено більше сильних сторін, ніж слабких, а можливостей більше, ніж загроз. Це свідчить про достатньо високий рівень

стресостійкості студентів, в даній ситуації є можливість самореалізації, спираючись на сильні сторони. Таким чином, для ефективної протидії стресам необхідно структурувати усі наявні ресурси та на їх основі самовдосконалюватись.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лебідь Н. Стресостійкість як особистісна властивість керівників-лідерів закладів середньої освіти : навч. посіб. / Н. Лебідь. – Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. – 36 с.
2. Мони́на Г. Б. Тренинг «Ресурсы стрессоустойчивости» / Г. Б. Мони́на, Н. В. Раннала. – Санкт-Петербург : Речь, 2009. – 250 с.
3. Пихті́на Н. П. Основи педагогічної техніки : навч. посіб. / Н. П. Пихті́на. – Київ : ЦУЛ, 2013. – 316 с.
4. Розвиток лідерства / Л. Бізо, І. Ібрагімова, О. Кікоть, Є. Барань, Т. Федорів ; за заг. ред. І. Ібрагімової. – Київ : Проект «Реформа управління персоналом на державній службі в Україні», 2012. – 400 с.

СТАНОВЛЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРСТВА

А. О. Кущинський, МС-51;

О. М. Бабенко, науковий керівник, асистент кафедри управління персоналом та економіки праці, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Проблема політичного лідерства сягає своїм корінням у глибоку давнину. Цією проблемою займалися і Платон, і Арістотель. В утопії досконалої держави Платона правителями є філософи. Право філософів на панування Платон обґрунтовує тим, що вони, «бачачи і споглядаючи дещо струнке і вічно тотожне, що не творить несправедливості і від неї нестрадаюче...», самі наслідуючи цьому, внесуть «в приватний і суспільний побут людей» те, що вони знаходять у світі ідеального буття. Арістотель вважав, що на ранніх етапах розвитку суспільства лідерами (царями) ставали старші та більш досвідчені глави сімейств.

Великого значення проблемі політичного лідерства надавали мислителі різних історичних епох, такі, як Н. Макіавеллі, Т. Карлейль, Р. Емерсон, Ф. Ніцше, Г. Тард та ін. Так, Н. Макіавеллі вважав політичним лідером володаря, котрий заради збереження свого панування і підтримки суспільного порядку не гребує ніякими засобами, навіть аморальними. Т. Карлейль і Р. Емерсон були певні, що у видатних особистостях найповніше виявляється божественне провидіння й творче начало в історії. Оригінальну теорію, суть якої полягала в необхідності цілеспрямованого створення найвищого біологічного типу людини-лідера («надлюдини»), висунув Ф. Ніцше. Значний вплив на сучасне розуміння політичного лідерства справили погляди Г. Тарда. Він нама-

гався довести, що основним законом соціального життя є дотримання масами стереотипів поведінки політичного лідера [4].

У Новий час глибокі думки про роль видатних особистостей в історії висловлені Г. Гегелем. Він вважав, що цілі, які переслідують великі люди і яким вони віддають свою пристрасть, містять момент всезагального. Політика неможлива без політичних лідерів. Головним критерієм політичного лідерства є ефективність його дії, результативність, задоволення запитів та інтересів тієї спільноти, яка бачить власну перспективу у його існуванні. Політичне лідерство – це взаємозв'язок, взаємодія та взаємовплив основних його елементів: лідер, послідовники, середовище, завдання. Лідерство виступає як складна взаємодія людей у соціальних групах, воно завжди пов'язано з природою суспільного ладу, політичною владою.

Наприкінці 80-х – початку 90-х років в Україні почався новий етап демократизації й розмежування політичних сил. Сьогодні, як ніколи, все більше усвідомлюється необхідність моральної поведінки лідера в сфері політики. На перший план висуваються такі моральні якості, як совість, чесність і благородство. Для політичного лідера честь – це перш за все єдність слова і діла; благородство – це толерантність і повага до інакомислячих, у тому числі й до думки політичних опонентів. При оцінці політичного лідера на перший план виступають наступні критерії: моральне обличчя, манера триматися під час спілкування з населенням, взаємодія з іншими політичними суб'єктами, висока політична культура. В умовах політичної і економічної нестабільності, що проявляється, перш за все, в падінні рівня життя, невпевненості в завтрашньому дні, інтереси суспільства вимагають від лідерів не тільки чітко сформульованих програм перетворень, але і бачення їх наслідків як позитивного, так і негативного плану [3]. Для країн, що переживають становлення самостійної державності і пов'язаними з цим колосальними труднощами і глобальними кризовими явищами, характерна наявність умов, що роблять можливим появу лідера загальнонаціонального масштабу. Населення дуже швидко сприймає елементи демократичної політичної культури і пристосовується до нових політичних умов. Політичне лідерство в сучасній Україні набуває демократичних пріоритетів: спрямування на легалізацію національно-державної політики, створення законодавчо-правової бази, персоніфікації, професіоналізації, інституціоналізації й інші. Тенденції розвитку політичного лідерства в Україні близькі до тенденцій, які можна спостерігати в інших країнах пострадянського простору: постійна зміна і боротьба генерацій політиків, неконтрольований громадськістю «лобізм» як форма політико-економічного тиску. Політичне лідерство, не дивлячись на деякі недоліки, є позитивним чинником українського суспільства, що розвивається.

Список використаних інформаційних джерел

1. Горбатенко В. П. Системна інтерпретація політичного лідерства / В. П. Горбатенко, І. Бутовська // Вища освіта України. – 2002. – № 3. – С. 119–121.
2. Делія О. В. Державна політика щодо формування органів місцевої влади в СРСР: особливості та протиріччя / Місцева влада в країнах пострадянського простору : колективна монографія / Ворона П. В. Делія О. В. та ін. Полтава : ПП Шевченко Р. В., 2016. – С. 11–27.
3. Кузнєцова С. В. Механізм формування політичного лідерства в Україні / С. В. Кузнєцова // Нова політика. – 2001. – № 2. – С. 60–62.
4. Лазоренко О. В., Теорія політології : навч. посіб. / О. В. Лазоренко, О. О. Лазоренко. – Київ : Вища школа, 1996. – 179 с. – С. 98–102.

ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

***І. В. Дика, Л. В. Нагребна, 381 гр., спеціальність
«Міжнародні економічні відносини»;
О. Є. Шайда, науковий керівник, к. е. н., доцент
кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівський торговельно-економічний університет***

Процеси глобалізації помітно впливають на зміст і темпи формування нових типів відносин у сучасному суспільстві та фахівців нового покоління. Глобалізація ринків, збільшення конкуренції призвели до зростаючої популярності нової виробничої інноваційної моделі, в рамках якої всі учасники виробництва прагнуть об'єднатися. З огляду на це, постає проблема керівництва й лідерства в управлінні змінами на підприємстві. Стилi управління та самореалізації трудових ресурсів зарубіжних і вітчизняних компаній стрімко змінюються завдяки впровадженню і застосуванню різних інноваційних кадрових технологій та методик. Ключову роль тут займає лідерство, адже це такий вид діяльності, який охоплює всю систему управління. Традиційне уявлення людей про лідерів зазвичай передбачає образ керівника – людини, офіційно наділеної владою. У реальному житті лідерство потребує насамперед готовності виділятися і допомагати іншим людям досягати поставлених цілей. Але лідер є лише частиною команди, яка цілеспрямовано рухається до стратегічної мети підприємства, і саме команда робить керівника лідером.

Сучасні організації все більше відчуваючи на собі вплив факторів глобалізації, змушені вирішувати проблеми, пов'язані із ринковою нестабільністю, що актуалізує відданість членів компанії своїй справі, довіру і взаємопідтримку. Компроміс між короткостроковими задачами і довгостроковими перспективами є необхідною умовою для розуміння того, що люди з їхніми знаннями і натхненням являються головним джерелом формування надійних факторів конкурентоспромож-

ності. Цей перехід від короткострокових акцентів до довгострокових перспектив залежить від трьох організаційно-управлінських чинників: здатності бачити сильні і привабливі перспективи, здібностей розвивати відчуття майбутнього і уміння розробляти стратегічний підхід до управління людьми, поєднуючи реалії сучасного з перспективами майбутнього.

Лідерство перестає бути поняттям, яке характеризує кар'єрний стан окремої людини, воно стає колективним і розподіляється між всіма співробітниками. В такій ситуації лідери не віддають команди, а стають наставниками і роблять те, що іншим працівникам не спадає на думку. Вони дозволяють працівникам імпровізувати, в той же час спрямовуючи їх на потрібний шлях.

Одним із інноваційних підходів до стимулювання лідерства, яке підвищує ефективність всього колективу, є поділ працівників на окремі категорії та формування окремих групи за ключовими критеріями в управлінні, такими як ефективність, потенціал, компетенція та вміння знаходити спільну мову з різними людьми. Завданням кожної компанії чи підприємства є розвивати, утримувати лідерів і мотивувати на великі досягнення, призначати на найважливіші позиції в компанії, де їх здібності дадуть найбільшу віддачу для бізнесу.

Особливу увагу слід приділяти розробці системи заходів для контролю емоційного стану організації. Для формування відповідного психологічного клімату керівникам-лідерам необхідно постійно контролювати рівень довіри серед співробітників та ставлення до роботи для кращого розуміння їхніх сподівань, мрій і прагнень. Від людини XXI століття потрібні особлива мобільність і здатність адаптуватись до жорстких умов життя, змін структури і змісту професій, культурного середовища. Показником глобальної мобільності людини, ймовірно, буде універсальне утворення і здатність мобілізуватись й вчитись протягом усього життя. У новому тисячолітті щоб залишатися попереду та витримати шалену конкуренцію, компанії повинні приділяти таку ж саму увагу стратегії управління персоналом, як і самій діяльності цієї компанії. Вона повинна виділяти та стимулювати працю лідерів, які є стимулом для ефективної праці решти працівників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Войтович Р. В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз) : монографія / за заг. ред. д-ра філос. наук, проф. В. М. Князева. – Київ : Вид-во НАДУ, 2007. – 680 с.
2. Corporate Universities: An Engine for Human Capital / Philipp Kolo, Rainer Strack, Philippe Cavat, Roselinde Torres, Vikram Bhalla // July, 2013/ – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.bcgperspectives.com/Images/Corporate_Universities_Jul_2013tcm80-140415.pdf. – Назва з екрана.

3. Червінська Л. П. Управління інноваційною діяльністю персоналу : монографія /Л. П. Червінська. – Київ: КНЕУ, 2014. – 194 [6] с.

СЕКЦІЯ 12 УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У XXI СТОЛІТТІ

МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ І ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Г. В. Мусієнко, УПЕП-31;

О. В. Тужилкіна, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом та економіка праці, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасному менеджменті все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів та мобілізації наявного кадрового потенціалу.

Метою даної статті є аналіз стану мотивування персоналу ПрАТ «Прилуцький хлібозавод» та розробка шляхів його удосконалення.

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації [5].

Результати діяльності людини значною мірою залежать від мотивації. Чим вищим є рівень мотивації, тим більшою є активність людини, тим більша її продуктивність праці, і тим більше зусиль вона докладає для досягнення успіху. Мотивування являє собою процес формування такого психологічного стану людини, який зумовлює її поведінку, здійснює установку до діяльності, спрямовує і активізує її.

Згідно Шапіро С. А. виділяють дві основні групи методів мотивування персоналу: методи матеріальної мотивації (грошові та не грошові) та методи нематеріальної мотивації (соціально-психологічні, творчі та «вільний час») [6].

Для формування належного ставлення до праці необхідно створювати такі умови, щоб персонал сприймав свою працю як свідому діяльність. Для досягнення даної цілі на підприємстві розробляють систему мотивації, яка повинна розвивати почуття належності до конкретної організації.

Система мотивації характеризує сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства [5].

Аналіз економічного стану Приватного акціонерного товариства «Прилуцький хлібозавод» свідчить про ефективне використання основних засобів на підприємстві та про підвищення попиту на продукцію згідно із зростанням чистого прибутку. ПрАТ «Прилуцький хлібозавод» вкладає меншу частку коштів в необоротні активи, що є характерним для виробничого підприємства. У звітному році відбулося зменшення витрат за рахунок зменшення витрат підприємства на телекомунікаційні послуги.

Кінцеві результати діяльності підприємства і особливо обсяги продукції у значній мірі залежать від стабільності персоналу. На жаль на ПрАТ «Прилуцький хлібозавод» за 2013–2015 роки спостерігається значний рух працівників, про що свідчить зростання коефіцієнту плинності кадрів.

Основним матеріальним стимулом до праці є заробітна плата, що безпосередньо впливає на її ефективність, та є, у більшості випадків, єдиним джерелом доходів населення.

Аналіз матеріальної мотивації персоналу на ПрАТ «Прилуцький хлібозавод» показує, що протягом 2013–2015 років на підприємстві застосовують достатню ефективну мотивацію праці. Про це свідчить збільшення фонду оплати праці та, зокрема, збільшення фонду додаткової оплати праці у 2014–2015 роках. Також відбулося зростання середньорічного виробітку одного працівника, що вплинуло на зростання рівня середньорічної заробітної плати.

На ПрАТ «Прилуцький хлібозавод» застосовується як відрядна (для робітничих категорій персоналу), так і погодинна система оплати праці. Заробітна плата на ПрАТ «Прилуцький хлібозавод» змінюється частково відповідно до мінімальної заробітної плати встановленої державою, але головним чином залежить від праці, розвитку і можливостей самого підприємства.

Порівнявши розмір середньомісячної заробітної плати з прожитковим мінімумом ми помітили, що рівень заробітної плати персоналу перевищує рівень прожиткового мінімуму майже у 2 рази. Також ми спостерігаємо постійну тенденцію збільшення коефіцієнту випередження заробітною платою прожиткового мінімуму з року в рік [1–3].

Незважаючи на окремі позитивні тенденції керівництву Прилуцького хлібозаводу необхідно удосконалювати форми мотивації на підприємстві.

Стратегічним напрямом вдосконалення системи мотивації персоналу на досліджуваному підприємстві є здійснення мотиваційного моніторингу. Його запровадження є актуальним для підприємства, оскільки в даний час вивчення потреб, інтересів, мотиваційної спрямованості персоналу здійснюється епізодично і вкрай поверхнево [4].

З метою підвищення ефективності мотиваційних заходів керівнику ПрАТ «Прилуцький хлібозавод» необхідно дотримуватись наступних

правил, застосовуючи їх до тих чи інших категорій персоналу: розвивати і підтримувати почуття самоповаги у працівників, надавати їм більше можливостей відчуття самостійності і контролю ситуації, заохочення за досягнення проміжних цілей, прояв постійної уваги з боку керівництва, підтримання розумної внутрішньої конкуренції та надання можливості співробітникам відчувати себе переможцями.

Важливо також проявляти інтерес до зовнішніх інтересів та хобі, навчити підлеглих вимірювати рівень успішності проведеної роботи, посилювати взаємодію в колективі та мотивувати знаннями, регулярно перевіряти задоволеність персоналу своєю роботою, проводити неформальні бесіди та відкриті зустрічі, налагодити збір відгуків і пропозицій. Керівництву необхідно розуміти, що саме змушує людей працювати, чого вони потребують і чому вибирають той чи інший спосіб дій.

Слід зазначити, які б прекрасні не були ідеї, інноваційні технології без добре підготовленого і мотивованого персоналу високої ефективності роботи не досягнути. Стало очевидним, що мотивація праці зайняла важливе місце серед завдань, що в сучасних умовах поставили перед керівниками різного рівня. Вкладення в людські ресурси стають довгостроковим чинником конкурентоспроможності та стійкості функціонування підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про Державний бюджет України на 2013 рік [Електронний ресурс] : Закон України станом на 04 квіт. 2013 р., № 164–VII / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5515-17>. – Назва з екрана.
2. Про Державний бюджет України на 2014 рік [Електронний ресурс] : Закон України станом на 24 лют. 2014 р., № 776–VII / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/719-18>. – Назва з екрана.
3. Про Державний бюджет України на 2015 рік [Електронний ресурс] : Закон України станом на 02 бер. 2015 р., № 217–VIII / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/80-19>. – Назва з екрана.
4. Грузіна І. А. Аналіз системи мотивації праці персоналу (на прикладі промислового підприємства) / І. А. Грузіна // Коммунальное хозяйство городов. Серия «Экономические науки» – Киев : Изд-во «Техніка», 2011. – № 98. – С. 357–363.
5. Колот А. М. Мотивація персоналу : підруч. / А. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2002. – 345 с.
6. Шапиро С. А. Мотивация персонала / С. А. Шапиро. – Москва : ГроссМедиа, 2008. – 150 с.

СЕКЦІЯ 13 СТАТИСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЧИННИКІВ, ЩО ОБУМОВЛЮЮТЬ ДИНАМІЧНІ ЗМІНИ ТОВАРООБОРОТУ

О. А. Демидович, ТЖД-51м;

*Ю. Ф. Строчихін, науковий керівник, к. е. н., доцент, завідувач
кафедри статистики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Дослідження виконувалося на прикладі споживчого ринку Кіровоградської області за даними статистичного щорічника України за 2015 рік.

На товарооборот впливає три групи факторів. Це фактори, що пов'язані з наявністю жителів як споживачів, їх купівельною спроможністю та активністю; фактори пов'язані з товарним забезпеченням товарообороту та поновленням асортименту підприємств, а також фактори, пов'язані із наявністю капіталу, трудових та матеріальних ресурсів у підприємства.

Дві останні групи факторів вивчають, аналізуючи роботу конкретного підприємства. В регіональному аналізі нами вивчалася лише перша група факторів.

Ми обчислили вплив ринкових факторів на абсолютну зміну товарообороту підприємств Кіровоградської області у 2015 році порівняно з передкризовим 2013 та попереднім 2014 роком, тобто зміни вивчалися двічі: лише за 2015 рік та за два роки разом (2014–2015 рр.).

Для аналізу нами використовувалася мультиплікативна модель зв'язку роздрібного товарообороту з наступними чинниками: числом жителів у регіоні; рівнем реальних доходів на душу населення; коефіцієнтом купівельної активності населення на споживчому товарному ринку та індексом споживчих цін.

Для аналізу нами був використаний метод абсолютних різниць.

Якщо показники 2015 року порівняти з показниками 2013, то можна зробити висновок про загальне збільшення товарообороту підприємств Кіровоградської області в діючих цінах на 2 мільярди 114,8 мільйонів грн, при цьому на 94,8 мільйони грн фізичний обсяг обороту зменшився через скорочення числа жителів. Крім того, фізичний обсяг обороту зменшився за два роки на 1 мільярд 582,3 млн грн через зменшення рівня душевих реальних доходів населення, тобто його купівельної спроможності. Незначне підвищення коефіцієнта купівельної активності населення забезпечило зростання фізичного обсягу обороту лише на 443,6 млн грн, що не перекрило втрат фізичного обсягу товарообороту від скорочення числа споживачів та зменшення їх купівельної спроможності.

Збільшення обороту в діючих цінах практично повністю пояснюється значним темпом інфляції на споживчому ринку. За два роки (2014–2015 рр.) споживчі ціни зросли на 64,3 %, що забезпечило інфляційне збільшення обороту в діючих цінах на 3 мільярди 348,3 млн грн.

Порівняння показників 2015 року з показниками 2014 року, свідчить про те, що в 2015 році країна не почала виходити з кризи, криза поглиблювалась, більшість негативних змін відбулися саме за 2015 рік. Про це свідчать і індекси цін, так, ціни за 2014 рік зросли лише на 12 %, а за 2015 рік – на 46,7 %. Тому, показники впливу факторів лише за 2015 рік не сильно відрізняються від показників, обчислених нами за два роки разом.

Фізичний обсяг обороту за 2015 рік скоротився на 55,7 млн грн через зменшення числа жителів, ще на 1 мільярд 272 мільйони – через зниження рівня реальних душевих доходів.

Крім того, у 2015 році порівняно з 2014 роком зменшився коефіцієнт купівельної активності населення. Цей показник також починає впливати на зменшення фізичного обсягу обороту. Через скорочення купівельної активності покупців область за 2015 рік втратила 374,4 млн грн фізичного обсягу обороту, і лише підвищення цін забезпечило збільшення товарообороту в діючих цінах на 1 мільярд 21,4 млн грн.

Можна зробити висновок, що роздрібна торгівля Кіровоградської області знаходиться в глибокій кризі, зменшення фізичного обсягу обороту означає зменшення кількості проданих товарів, а значить скорочення робочих місць в торгівлі, закриття частини торговельних підприємств, а інфляційне збільшення товарообороту не забезпечує додаткових робочих місць і не створює прибутків підприємцям, оскільки виробники товарів теж піднімають ціни, дорожчають послуги сторонніх організацій тощо.

Можливо в 2016 році торгівля вже починає виходити з кризи, але статистична інформація за останній рік органами державної статистики ще не оприлюднена.

Список використаних інформаційних джерел

1. Статистичний щорічник України за 2015 рік [Текст] / за ред. І. М. Жук. – Київ : Державна служба статистики України, 2016. – 576 с.

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОВАРООБОРОТУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

М. В. Лягул, ТКД-51м;

Ю. Ф. Строчихін, науковий керівник, к. е. н., доцент, завідувач кафедри статистики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Основну увагу в дослідженні приділено вивченню динаміки товарообороту в діючих і порівнянних цінах за останні 5 років (з 2011 по 2015 роки).

Результати досліджень свідчать про те, що товарооборот підприємств Кіровоградської області в діючих цінах протягом останніх років зростає різними темпами. Середньорічний темп зростання за 4 роки 2012–2015 становить 112,6 %. При цьому у 2012 році було помітне уповільнення динаміки.

Таке уповільнення може пояснюватись деяким зниженням цін у цьому році за даними Держстату України індекс цін становив 99,7 %.

Нами виконано аналітичне вирівнювання динамічного ряду товарообороту підприємств в діючих цінах та прогнозування його обсягів на 2017 рік. Товарооборот в діючих цінах за результатом вивчення тренду в середньому щороку зростає на 788,57 тис. грн.

Точковий прогноз товарообороту підприємств Кіровоградської області в діючих цінах, виконаний за лінійним трендом, на 2017 рік становить 9947,26 млн грн. З імовірністю помилки не більше 5 % можна твердити, що обсяги даного показника в 2017 році можуть знаходитись в межах від 8 795,8 до 11 098,7 млн грн.

Істотність трендової моделі та вірогідність прогнозу підтверджуються достатніми розмірами F-критерію Фішера та високим значенням коефіцієнта детермінації, який становить 0,971. На кореляційному полі видно, що відхилення емпіричних значень товарообороту від теоретично розрахункових значень що лежать на прямій зовсім незначні і процес зростання товарообороту відбувається майже за прямою.

Для дослідження динаміки фізичного обсягу товарообороту нами було переоцінено обороти 2012–2015 років в ціни 2011 року. Для чого використані базисні індекси цін.

Аналіз показав що до 2014 року фізичний обсяг товарообороту підприємств Кіровоградської області зростає незначними темпами. Навіть після початку військового конфлікту на Донбасі за 2014 рік продаж товарів населенню збільшився на 4,4 %. Проте у 2015 році різко зросли споживчі ціни на 46,7 %. Купівельна спроможність населення зменшилась і фізичний обсяг товарообороту за 2015 рік знизився на 22,6 %, що свідчить про злам тенденції і початок кризи в роздрібній торгівлі як і в цілому по економіці.

Через злам тенденції трендова модель збудована за фізичним обсягом товарообороту виявилася невірогідною, так як F-критерій Фішера значно менший критичного табличного значення. Отже прогнозувати фізичний обсяг товарообороту на 2017 рік методом аналітичного вирівнювання неможливо.

Прогноз фізичного обсягу товарообороту краще виконати виходячи з його вартості в діючих цінах та прогнозованого темпу зростання цін.

Якщо вважати, що в 2017 році збережеться середній темп зростання цін, який склався в 2015–2016 роках, а це приблизно 140 %, то фізичний обсяг обороту, прогнозований на 2017 рік, в цінах 2011 року ста-

новить 3 139 млн грн, що становить лише 59,3 % від показника 2015 року.

Тобто, якщо споживчі ціни і далі зростатимуть швидкими темпами, то фізичний обсяг товарообороту підприємств Кіровоградської області за 2017 рік скоротиться приблизно на 40 % у порівнянні з 2015 роком.

За нашими розрахунками можлива помилка ± 500 млн грн.

Список використаних інформаційних джерел

1. Статистичний щорічник України за 2015 рік [Текст] / за ред. І. М. Жук. – Київ : Державна служба статистики України, 2016. – 576 с.

СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ ТА ТУРИСТИЧНИХ АГЕНТІВ В УКРАЇНІ

А. В. Шандиба, Т-33;

Л. І. Вишневецька, науковий керівник, доцент кафедри статистики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У 2015 році помітно зменшилися туристичні потоки, в порівнянні з 2014 роком. Кількість виїзних туристів – збільшилася на 3,1 % і становила 23 млн 142 тис. осіб, включаючи одноденні відвідування. Кількість в'їзних туристів – зменшилася на 2,2 % і становила у 2015 році – 12 млн 428 тис. осіб. Кількість внутрішніх туристів складає – 357 тис. осіб і зросла на 10,5 %, а от кількість екскурсантів за 2015 рік катастрофічно зменшилась і склала лише 10,6 % від їх кількості в 2014 році. Що свідчить про зниження ефективності використання музейного фонду України.

З усіх путівок, які реалізували туроператори за 2015 рік, 50 % було продано населенню, з них 49,2 % – населенню України і лише 0,8 % – іноземцям. Турагенти 100 % путівок реалізували населенню, в тому числі, 99,7 % – громадянам України і лише 0,3 % – іноземцям для в'їзду в Україну.

Нажаль, внутрішній туризм в Україні розвивається слабо, більшість громадян України, що купили тури в туроператорів (33,5 %) і тур агентів (85,3 %), виїздили за кордон для відпочинку. В результаті значного перевищення числа виїзних туристів над в'їздними, країна має у 2015 році велике від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу за послугами, пов'язаними з подорожами. Вивезення валюти при імпорті цих послуг на 396,7 млн дол. перевищує ввезення при їх експорті в країну.

Нами були виконані структурні групування регіонів України за загальною кількістю путівок реалізованих як туристичними операторами, так і туристичними агентами.

За результатами групувань більшість областей України, відповідно 19 та 18, потрапляють у групу з малою кількістю реалізованих путівок, тобто мають слабкий розвиток туризму. Це відповідно 90,5 % та 78,3 % областей. Частка цих областей за кількістю реалізованих туроднів та за обсягом одержаних доходів коливається від 6 % до 12 %.

Решта груп за кількістю регіонів обіймають незначну питому вагу, а за обсягами діяльності – значно помітнішу.

Особливо це стосується міста Києва. На туроператорів, що працюють у Києві, припадає 74,9 % всіх проданих путівок, 84,2 % всіх реалізованих туроднів і 85 % усіх доходів туроператорів країни.

При цьому середня тривалість одного туру по всіх групах областей приблизно однакова і коливається від 7 до 10 днів, за виключенням Львівської області, де середня тривалість одного туру приблизно становить 4 дні. Але на цю одну область припадає – 8,8 % усіх реалізованих путівок та 6,1 % доходів туроператорів, тобто область реалізує значну кількість коротких турів.

В ході дослідження, нами була висунута гіпотеза про наявність стохастичного (ймовірнісного) зв'язку між кількістю реалізованих туроднів в регіоні та обсягом доходів, одержаних туроператорами.

Для доведення існування даного зв'язку, визначення його тісноти та істотності, нами був проведений кореляційно-регресійний аналіз за лінійною функцією.

З ймовірністю помилки не більше 5 % було доведено існування дуже високого, майже функціонального, зв'язку між цими показниками (лінійний коефіцієнт кореляції становить 0,999).

Збільшення реалізації на один туродень у 2015 році викликало збільшення доходів туроператорів на 0,724 тисячі грн., або збільшення кількості реалізованих туроднів на 1 %, дозволяє збільшити доходи туроператорів також на 1 %. Має місце одинична еластичність зв'язку між цими показниками. На 99,8 % різниця між регіонами України в сумі доходів їх туроператорів, пояснюється різною кількістю реалізованих туро днів, і лише на 0,2 % вона пояснюється впливом інших факторів.

Отже, для збільшення доходів туроператорів, їм потрібно продавати значно більшу кількість туроднів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Статистичний щорічник України за 2015 рік [Текст] / за ред. І. М. Жук. – Київ : Державна служба статистики України., 2016. – 576 с.
2. Туристична діяльність в Україні у 2015 році [Електронний ресурс] : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (02.02.2017). – Назва з екрана.

СЕКЦІЯ 14 ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

МОДЕЛІ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

М. О. Царьова, ЕК-31;

К. Ю. Вергаль, науковий керівник, к. е. н., доцент,
*доцент кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»*

Моделі ринкової економіки є ефективним інструментом теоретичних досліджень динаміки на основі економічної теорії. Вони використовуються для розробки концепції економічного і соціального розвитку національної економіки, при вивченні можливих альтернатив економічної політики та їх довгострокових наслідків, для прогнозування системи узагальнених показників національної економіки. Саме тому побудова моделей ринкової економіки є актуальною задачею [3].

В економіці використовують широкий спектр економіко-математичних моделей, які досліджують умови зростання економіки залежно від різних чинників.

Різновидом неокласичних моделей зростання є макроекономічне модель зростання Солоу, розроблена в 1950–1960 рр., за яку Роберт Солоу отримав Нобелівську премію з економіки. Домінуючими факторами зростання в моделі Солоу є зростання продуктивності праці, капіталоозброєності виробництва та технологічний прогрес [4].

У моделі Домара припускається, що існує тільки ринок благ, який є збалансованим; на ринку праці наявна надлишкова пропозиція, і це забезпечує постійний рівень цін; фактором зростання сукупного попиту і сукупної пропозиції є приріст інвестицій. У моделі Домара рівноважне економічне зростання досягається, коли темпи приросту інвестицій дорівнюють добутку граничної схильності до заощадження і граничної продуктивності капіталу.

Модель Харрода виходить із таких положень: якщо сукупний попит перевищує сукупну пропозицію, то підприємці збільшують темпи розширеного відтворення; якщо сукупний попит менший за сукупну пропозицію, то темпи виробництва зменшуються; якщо сукупний попит та сукупна пропозиція однакові, то темпи економічного зростання залишаються незмінними [2].

Модель ґрунтується на таких факторах, як:

- обсяг виготовленої продукції (національного доходу);
- сукупні витрати праці;
- вкладений капітал;
- земельні ресурси.

У неокейнсіанській моделі Хікса-Семуелсона моделюється обсяг стимульованих інвестицій економіки [1].

Модель враховує фактори, які пов'язані з:

- обсяг стимульованих інвестицій у році g ;
 - коефіцієнт акселерації, який показує, скільки одиниць додаткового основного капіталу потрібно для виробництва додаткової одиниці продукції;
 - обсяг національного доходу в поточному і в попередньому роках.
- Отже, важливим є використання моделей економічного зростання, для дослідження особливостей розвитку економіки України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Національна економіка : навч. посіб. / за ред. А. Ф. Мельник. — Київ : Знання, 2011. — 463 с.
2. Політична економія [Текст] : підручник / О. М. Діденко, М. М. Руженський, О. Ф. Іткін ; за ред. В. Г. Федоренко. — Київ : Алерта, 2008. — 487 с.
3. Сорокин Д. Е. Теория эффективности экономики / Д. Е. Сорокин. — Москва : Финансы и статистика, 2009. — 331 с.
4. Старостенко Г. Г. Національна економіка [Текст] : навч. посіб. / Г. Г. Старостенко, С. В. Онишко, Т. В. Поснова. — Київ : Ліра-К, 2015. — 432 с.

ЗАСТОСУВАННЯ АПАРАТУ ТЕОРІЇ ІГОР В ЕКОНОМІЦІ

Є. В. Терела, ЕК-31;

К. Ю. Вергал, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Теорія ігор є розділом математики, за допомогою якого на основі математичного моделювання аналізуються і розроблюються стратегії прийняття рішень в умовах конфліктів інтересів та невизначеності поведінки. Важливість застосування теорії ігор в економіці обумовлена широким спектром можливостей її використання на макро- та макrorівні. Зокрема, для аналізу ситуацій пов'язаних з особливостями конкуренції у міжнародній торгівлі, для побудови прогнозних сценаріїв поведінки конкурентів, для визначення цінової політики та ін. [2].

За визначенням Марухленка Є. І., теорія ігор — це розділ математики, який вивчає формальні моделі прийняття оптимальних рішень в умовах конфлікту. Передбачає участь різних сторін, наділених різними інтересами і можливостями вибирати доступні для них дії відповідно до цих інтересів. Сторони іменуються гравцями, кожен з яких має певну множину (кінцеве або нескінченне) можливих виборів, які називаються стратегіями.

ваються стратегіями, що ведуть до виграшу або програшу – залежно від поведінки інших гравців [1].

Значимість теорії ігор в економіці пояснюється бажанням людей завжди отримувати максимальну вигоду з будь-якої фінансової ситуації. За таким же принципом діє не тільки окремо взята людина, а й групи людей, різні фірми та корпорації.

А отже, важливим є застосування теорії ігор в роботі вітчизняних підприємств. Так, розглядаючи маркетинг як взаємодію або гру продавця і покупця, можна застосувати апарат теорії ігор для виробу ефективної маркетингової стратегії.

Застосування теорії ігор у прийнятті стратегічних управлінських рішень є ефективним у проведенні цінової політики підприємства, виходу на нові ринки збуту, у різних формах взаємодії економічних суб'єктів, зокрема кооперації та заснуванні спільних підприємств.

Найбільш популярним є застосування апарату теорії ігор для вирішення задач оптимізації випуску продукції підприємства.

Отже, теорія ігор є важливим інструментом у вирішенні широкого кола задач, які виникають в управлінській діяльності підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Марухленко Е. И. Теория игр и принятия решений // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г. Красноярска [Электронный ресурс]. – Красноярск : Сибирский федеральный ун-т, 2013. – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mnn2013/section048.html>. – Название с экрана.
2. Шелехова Л. В. Теория игр в экономике : учебное пособие / Л. В. Шелехова. – М.-Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 119 с.

ПЕРСПЕКТИВНІ МОВИ ПРОГРАМУВАННЯ

В. С. Бондаренко, ЕК-11;

Г. В. Карнаухова, ст. викладач – науковий керівник,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Програма – упорядкована послідовність команд, які належить виконувати. Принцип програмного керування, який є основним принципом будови всіх сучасних електронно-обчислювальних машин, за Дж. фон Нейманом, полягає у тому, що всі обчислення, відповідно до алгоритму розв'язання задач, мають бути подані у вигляді програми [1].

Більш строгі визначення: мова програмування – це система позначень для опису алгоритмів та структур даних, певна штучна формальна система, засобами якої можна виражати алгоритми. Мову програму-

вання визначає набір лексичних, синтаксичних і семантичних правил, що задають зовнішній вигляд програми і дії, які виконує виконавець (комп'ютер) під її управлінням.

Мова програмування слугує двом цілям: вона надає програмісту засоби формулювання дій, які необхідно здійснити, і вона надає набір концепцій, які програміст використовує, обдумуючи, що потрібно зробити. Перша мета в ідеалі вимагає мови, «близької до машини», щоб всі машинні концепції відображалися просто і ефективно способом, досить очевидним для програміста. Друга мета в ідеалі вимагає мови, близької до задачі, щоб поняття з логічного простору завдання могли формулюватись в термінах мови програмування коротко і безпосередньо. Існує дуже тісний зв'язок між мовою на якій ми думаємо / програмуємо і завданнями / рішеннями, які ми можемо собі уявити. Як і в разі природних мов, знання принаймні двох мов надзвичайно корисно. Мова постачає програміста набором концептуальних засобів, які, будучи неадекватними завданню, просто ігноруються. Хороший програмний дизайн і відсутність помилок не гарантується всього лише присутністю / відсутністю будь-яких мовних елементів [2].

Тому для розв'язку професійних завдань фахівець-кібернетик має орієнтуватись у множині мов програмування. Наведемо найпопулярніші за версією [3].

1. JavaScript. Найпопулярніша сучасна мова програмування. Саме на ній працює більшість сайтів.

2. Java. Займає лідируючі позиції в світі. Спроектовано 1991 року як основу для смарт телевізорів. Сьогодні на Java створено безліч програм, в тому числі – і мобільна операційна система Android.

3. Python. Розроблено в 1989 році. Програмісти вважають її одною з найлегших. Крім того, саме з неї рекомендують починати освоєння асів програмування.

4. Ruby. Цій мові вже 24 роки, проте, розробники по всьому світу продовжують застосовувати її з задоволенням. Особливою популярністю користується Ruby on Rails для створення додатків.

5. PHP. Ця мова програмування на сьогоднішній день дуже поширена. Великі сайти, такі як WordPress, Facebook, Yahoo використовують саме її. Тим не менше, є і ті, хто вважаються таку популярність PHP незаслуженою.

6. C++. Вперше розроблена в 1983 році в якості заміни для оригінальної мови програмування C. Дуже популярна серед великих компаній. Microsoft Windows, Google Chrome і навіть програми для винищувачів написані на C++.

7. CSS (Повна назва – Cascading Style Sheets, Каскадна таблиця стилів). Ця технологія застосовується для розробки макетів web-сторінок. Багато сучасних мобільних додатків і сайтів написані з використанням CSS з елементами JavaScript і HTML.

8. C# (C Sharp). Розроблено компанією Microsoft. Має деяку схожість з роботою Java.

9. C. Оригінальна мова C була розроблена ще в 1972 році і залишається популярною дотепер. Вона стабільно працює на базі будь-якої комп'ютерної платформи. Зрозуміла програмістам у всьому світі.

10. Go. Розробка Google, яка використовується всередині компанії. Відрізняється надійністю і стабільністю.

11. Shell. Це не зовсім мова програмування, а, скоріше, спосіб програмування загальних або повторюваних дій в операційній системі. Найчастіше Shell використовується для автоматизації процесу оновлення програм.

12. Objective-C. Заснована на базі легендарної мови C з певними модифікаціями. Також широко використовується в Apple.

13. Scala. Її використовують такі лідери ринку як Apple і Airbnb ще з 2001 року. Scala дозволяє швидше і простіше писати код в порівнянні з тією ж Java

14. Swift. Цю мову програмування створила компанія Apple два роки тому. Сьогодні її позиції тільки зміцнюються. Американський стартап Lift недавно переписав свій додаток для App Store на мові Swift, завдяки чому зміг збільшити показники завантажень.

15. TypeScript. Це «відгалуження» від популярної мови JavaScript було розроблено компанією Microsoft тільки в 2012 році, проте TypeScript вже називають мовою, призначеною для створення великих додатків.

Для того, щоб займати лідируючі позиції на ринку праці і володіти передовими технологіями, фахівцю-кібернетику слід опанувати кілька мов програмування з врахуванням їх рейтингу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Трофименко О. Г. C++. Основи програмування. Теорія та практика : підручник / О. Г. Трофименко, Ю. В. Прокоп, І. Г. Швайко, Л. М. Буката та ін. ; за ред. О. Г. Трофименко. – Одеса : Фенікс, 2010. – 544 с.
2. Бьерн Страуструп. Язык программирования C++. Специальное издание / Бьерн Страуструп. – Москва : «Бином», 2011. – 1136 с.
3. Програмування по-українськи [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані – Режим доступу: <http://programming.in.ua/>. – Назва з екрана.
4. ТОП-15 мов програмування 2016 року/ [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані – Режим доступу: <https://bizua.org/1492/top-15-mov-programuvannya-2016-roku>. – Назва з екрана.
5. Рейтинг мов програмування в 2016 році [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані – Режим доступу: <http://it-ua.info/news/2016/08/04/rejting-mov-programuvannya-v-2016-rok.html>. – Назва з екрана.

СЕКЦІЯ 15 МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА

СТВОРЕННЯ ТРЕНАЖЕРУ ЗА ТЕМОЮ «ЛІНІЙНІ ОДНОРІДНІ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНІ РІВНЯННЯ ІЗ СТАЛИМИ КОЕФІЦІЄНТАМИ» З ДИСЦИПЛІНИ «МАТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ»

Е. Г. Безмєнов, І-41;

Т. В. Чілікіна, науковий керівник, к. ф.-м. н., доцент кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В наш час дистанційне навчання набуває все більше популярності в навчанні і стає невід’ємною його частиною. Перевагами дистанційного навчання є надання студентам можливості самостійного освоєння навчального матеріалу, інтерактивна взаємодія в роботі з викладачем, а також консультацію у процесі навчальної діяльності. Однією із складових дистанційного навчання є тренажери.

В роботі створено тренажер за темою «Лінійні однорідні диференціальні рівняння із сталими коефіцієнтами». Дана тема є однією із складних тем з дисципліни «Математичний аналіз». Тренажер був реалізований з використанням мови програмування Java, це дає можливість його запуску на таких операційних системах як: Windows, Mac OS, Solaris і дистрибутивах Linux, а також підключенню до дистанційного курсу з вказаної дисципліни. Також обрана мова програмування надає можливість доволі легко перенести програмний код на мобільну платформу Android, яка наразі є найпоширенішою для мобільних смартфонів.

Лінійні однорідні диференціальні рівняння – важливий розділ в математичного аналізу, який розглядає способи розв’язування та теорію диференціальних рівнянь. Вони широко використовуються при моделюванні різноманітних задач економічного та технічного напрямку.

Тренажер передбачає два режими роботи: для студента і для викладача. В першому режимі студент отримуватиме згенеровані завдання і покроково їх розв’язує. Допуском до наступного етапу є правильна відповідь на попередній. Деякі варіанти відповідей обираються зі списку, деякі вводяться з клавіатури. На кожен тему встановлюється допустимий ліміт помилок. В разі його вичерпання відкривається довідковий матеріал у вигляді лекції згідно теми. Після її опрацювання студент повертається в режим роботи з програмою і отримує нове завдання. Після вдалого завершення розв’язування всіх етапів завдання надається інформація про успішне виконання і інформація про кількість помилок. І студент може отримувати наступне завдання.

При генеруванні завдань враховуються головною умовою є ціле значення кореня дискримінанта, що зосереджує увагу студента на запис правильної структури загального розв'язку лінійного однорідного диференціального рівняння із сталими коефіцієнтами.

Крім того є можливість провести тренінг по отримання частинного розв'язку для рівняння з попереднього етапу. Початкові умови вводяться з клавіатури і частинний розв'язок також шукається покроково.

В режимі роботи викладача є можливість переглядати розв'язок завдань, які були надані студенту, та згенерувати нові завдання для інших навчальних цілей.

Отже в роботі був створений тренажер для закріплення матеріалу і відпрацювання технічних навичок розв'язання задач з теми «Лінійні однорідні диференціальні рівняння із сталими коефіцієнтами».

Особливістю тренажера є те, що завдання генеруються довільним чином, що розширює різноманітність завдань, і програма є кроссплатформенною.

Список використаних інформаційних джерел

1. Овчинніков П. П. Вища математика : підручник / Овчинніков П. П., Яремчук Ф. П., Михайленко В. М. – Ч. 2. – Київ : Техніка, 1999. – 592 с.
2. Филиппов А. Ф. Сборник задач по дифференциальным уравнениям / А. Ф. Филиппов. – Москва : Наука, 1985. – 128 с.
3. Java Platform, Standard Edition 7 API Specification [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://docs.oracle.com/javase/7/docs/api/> – Назва з екрана.

ПРОЕКТУВАННЯ БАЗИ ДАНИХ ТА РОЗРОБКА ВЕБ-РЕСУРСУ НАУКОВИХ ПУБЛІКАЦІЙ ВИКЛАДАЧІВ ТА СТУДЕНТІВ

В. О. Голубенко, і-42і;

Ю. Ф. Олексійчук, науковий керівник, к. ф.-м. н., доцент кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Мета проекту розробка веб-ресурсу наукових публікацій викладачів та студентів. На даному етапі роботи розроблено веб-ресурс, який відповідає вимогам технічного завдання. Для його розробки було використано мову програмування PHP та мову розмітки HTML, також для стилізації сторінок та надання їм динамічності, було підключено фреймворк Bootstrap .

Також для корегування інформації та зовнішнього вигляду веб-ресурсу було використано спеціальну мову CSS, що використовується для опису сторінок написаних мовами розмітки даних.

Для проектування бази даних вибрано локальний веб-сервер який найбільше відповідає потребам – це локальний веб-сервер **OpenServer 5.2.3.**, який має всі необхідні «інструменти» як для проектування бази даних, так і для розробки майбутнього веб-ресурсу.

Для проектування бази даних використано веб-додаток з відкритим кодом **phpMyAdmin**. Цей вибір обґрунтовується тим, що цей додаток дає змогу адмініструвати **СУБД MySQL** у веб-інтерфейсі, запускати команді SQL. Також він дозволяє переглядати зміст таблиць і баз даних та надає можливість їх редагувати, а також в тому ж інтерфейсі створювати SQL-запити. Для доступу використано раніше створений логін: root та пароль: admin.

Після аналізу різних фреймворків та мов програмування за функціональністю обрано фреймворки **Bootstrap** та **jQuery**, мови програмування **PHP** та **JavaScript**, мову розмітки **HTML** та мову стилю **CSS**. Всі дані на сторінках веб-ресурсу будуть розміщені за допомогою мови розмітки **HTML**. Розробка програмного коду проводилася в редакторі коду **SublimeText**. В цьому редакторі перевагою є зручна функція підсвічування коду. В ньому також корисним є візуальний інтерфейс для налаштувань і встановлення плагінів, в яких можна прочитати опис доповнення і кількість встановлень. Запуск та розробка бази даних проводилася за допомогою локального серверу **OpenServer x64**. **OpenServer** – це портативна платформа і програмне середовище, яка створена спеціально для веб-розробників, з урахуванням їх рекомендацій та побажань. На сторінках веб-ресурсу використана блокова верстка даних. Програмний комплекс має великий набір серверного програмного забезпечення, зручний, багатифункціональний продуманий інтерфейс. Також платформа використовується для розробки, відновлення та тестування веб – проектів, а також для запуску веб-сервісів в локальних мережах.

Також розроблений веб-ресурс має декілька таблиць окремих, такі як: опис статті, автори, мова статті, посилання на адресу публікації, тип публікації, таблиці вибірок публікацій за різними параметрами. Надалі буде створено додаткові бонуси веб-ресурсу.

Наприклад, можливість експортувати будь-яку публікацію в різне програмне середовище, продивитися статистику використання та переглядів матеріалу, вибрати найбільш популярний. Буде створено можливість групування публікацій за різними категоріями: за роками, за авторами та виведення списку публікацій в алфавітному порядку та у зворотному алфавітному порядку. На рис. 1 зображено головну сторінку веб-ресурсу, на якій виводяться у вільному порядку, публікації з бази даних. На цій сторінці видно не всі дані, але якщо натиснути на кнопку «Детальніше», то браузер вас направить за посиланням на сторінку, де в таблиці покажуться подробиці за даною публікацією.

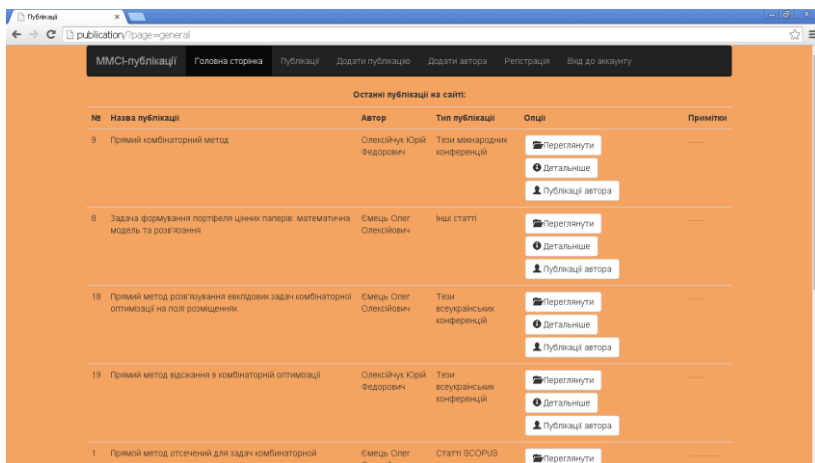


Рисунок 1 – Головна сторінка веб-ресурсу

Список використаних інформаційних джерел

1. Прохоренко Н. А. HTML, JavaScript, PHP и MySQL. Джентльменский набор Web-мастера / Н. А. Прохоренко. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2011. – 785 с.
2. Котеров П. А. PHP5 в подлиннике / П. А. Котеров, Д. М. Костарев. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 1107 с.
3. Джамеа К. Эффективный самоучитель по креативному Web-дизайну. HTML, XHTML, CSS, JavaScript, PHP, ASP, ActiveX / К. Джамеа. – Москва : ООО «ДиаСофтЮП», 2005. – 672 с.
4. Матросов А. В. HTML 4.0 / А. В. Матросов, А. О. Сергеев, М. П. Чаунин. – Санкт-Петербург : БВХ-Петербург, 2007. – 672 с.
5. Яргер Р. MySQL и mSQL. Базы данных для небольших предприятий и Интернета / Р. Яргер, Дж. Риз, Т. Кинг. – Санкт-Петербург : Символ-Плюс, 2008 – 560 с.
6. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення: ДСТУ 3008-95 [Чинний від 1996-01-01]. – Київ : Держстандарт України, 1995. – 38 с.
7. Ємець О. О. Методичні рекомендації щодо оформлення пояснювальних записок до курсових проектів (робіт) для студентів напрямку підготовки 6.040302 «Інформатика» та спеціальності 7.04030203, 8.04030203 «Соціальна інформатика» / О. О. Ємець, Ол-ра О. Ємець. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 60 с.
8. Карнаухова Г. В. Інтернет-програмування [Електронний ресурс] : Методичні рекомендації до виконання курсового проекту / Г. В. Карнаухова. – 2009.

ПРО ТРЕНАЖЕР З ТЕМИ «СОРТУВАННЯ МЕТОДОМ ПЕРЕМІШУВАННЯ» ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «АЛГОРИТМИ ТА СТРУКТУРИ ДАНИХ»

В. В. Кильник, І-42і;

О. О. Ємець, науковий керівник, к. ф.-м. н., доцент кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Дистанційна освіта займає важливе місце в сучасному навчанні студентів. Одним з методів закріплення знань є використання різноманітних тренажерів, які дозволяють навчити, а також перевірити вміння студента з теми.

Кроки алгоритму тренажера:

Крок 1. Після завантаження і запуску програми на екрані відображено два головні блоки. Блок з теоретичними відомостями відповідає за відображення інформації, яка доступна в будь-який час роботи тренажеру. Ця інформація має як текстові так і графічні матеріали. Блок з тренажером, який використовується для навчання користувача та перевірки його знань.

Крок 2. Цей і наступні кроки будуть використовувати тільки вікно тренажера. На початку відображено задану кількість порожніх комірок (наприклад 5), які користувач може заповнити за бажанням своїми будь-якими числами. Якщо натиснута кнопка «Генерація початкових даних», то перехід на крок 3. Якщо натиснута кнопка «Наступний крок», то перехід до кроку 4.

Крок 3. Кожний із комірок генерується випадкове значення. Перехід на крок 2.

Крок 4. Виконується перевірка всіх комірок. Якщо одна і більше комірок є порожньою, то перехід до кроку 2. Якщо комірки заповнені, то блокується кнопка «Генерація початкових даних», на місці комірок відображаються числа, які в них були введені, наприклад: 1, 9, 2, 8, 3, 6. Перехід на наступний крок.

Крок 5. Відображені комірки, заповнені даними з попереднього кроку. Програма виконує наступний крок сортування алгоритму і запам'ятовує отримані дані. Під комірками розміщено надпис: «Розташуйте числа в комірках згідно з поточним кроком алгоритму сортування». Відображені кнопки: «Наступний крок», «Допомога».

Крок 6. Очікування дій користувача. Комірки доступні для редагування. Якщо натиснута кнопка «Наступний крок», то перехід на крок 8. Якщо натиснута кнопка «Допомога», то перехід на крок 7.

Крок 7. Відображення надпису «Порівняйте комірки з номерами, наприклад, 1 і 2, якщо число в комірці 1 більше числа в комірці 2, то виконайте обмін їх значень». Перехід на крок 6.

Крок 8. Перевірка даних комірок. Якщо дані збігаються з тими, що отримані при розрахунку програмою, то перехід на наступний крок. Якщо дані не збігаються, автоматично відбувається виділення комірок з не вірно введеними даними кольором.

Крок 9. Якщо масив чисел відсортовано до кінця, то перехід на крок 10. На місці комірок відображаються числа. Нижче відображається наступний рядок комірок з числами попереднього кроку. Відбувається виконання наступного кроку сортування та запам'ятовування результату. Перехід на крок 6.

Крок 10. Відображення надпису: «Сортування виконано». Відображена кнопка «Повторити».

Крок 11. Якщо натиснута кнопка «Повторити», то тренування починається з початку, виконується відновлення початкового вигляду вікна і перехід до кроку 2.

При розробці тренажеру було враховано всі вимоги. Всі кроки тренажеру відповідають попередньо розробленому алгоритму.

Таким чином, обрані технології дають можливість використовувати розроблений тренажер не тільки на персональних комп'ютерах, а також на планшетах та смартфонах під керуванням таких операційних систем як iOS, Android, Windows Phone / Windows 10 Mobile.

Розроблений тренажер спроектовано для інтегрування в систему дистанційної освіти Moodle, яка використовується в університеті.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сортування змішуванням [Електронний ресурс]: Вікіпедія. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Сортування_змішуванням. – Назва з екрана.
2. Современный учебник Javascript [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://learn.javascript.ru/>. – Назва з екрана.

ИНФОГРАФИКА НА САЙТАХ

П. О. Абрамов, А. С. Трубчик, G-11;

В. В. Бондарева, научный руководитель, к. т. н., доцент, доцент кафедры информационно-вычислительных систем, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

В наше время очень актуален вопрос как доступно донести сложную информацию и большой объём данных посетителю сайта и что поможет пользователю удобнее и легче воспринимать информацию, что удержит его на сайте. Популярным вариантом решения данной задачи является ничто иное как инфографика.

Инфографика – это новый и современный вид подачи информации на сайтах. Это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и чётко преподнести слож-

ную информацию. Спектр её применения огромен: география, журналистика, образование, статистика, технические тексты. Инфографика способна не только организовать большие объёмы информации, но и более наглядно показать соотношение предметов и фактов во времени и пространстве, а также продемонстрировать тенденции.

Главная задача хорошей инфограммы – сразу заинтересовать и удержать внимание посетителя сайта. Не каждый сайт может похвастаться подобной эффективностью. Поэтому создание инфографики должно отвечать некоторым требованиям. В частности, важно понять, что основная задача – не просто нарисовать какое-то количество схем и диаграмм, а создать некий цельный образ. При этом не стоит гнаться за дизайном ради самого дизайна: каждая деталь должна быть оправдана и находиться на своем месте. Необходимо также заранее определить, какого рода информацию нужно донести и как это будет происходить. Кроме того, визуализация информации необходима для удобства работы, если есть необходимость представить какой-нибудь проект.

Причины популярности инфографики объяснимы тем, что практически каждый пользователь сайта гораздо охотнее уделяет свое внимание изображению, нежели текстовой информации. В текст нужно вникать, вчитываться, прикладывая к этому занятию определённые усилия и время, а изображение можно понять в ту же секунду. К примеру, 90–95 % пользователей социальных сетей не создают вообще никакого контента, лишь определяют, какой наиболее полно и точно отображает их мнение. И это вполне допустимый факт.

Не смотря на некоторую простоту с первого взгляда инфографика бывает 4 различных типов, которые отличаются собой методом подачи информации:

1. Статичная инфографика – здесь предоставляются лишь факты и числовые данные, их взаимосвязь и зависимость относительно друг друга. Она имеет вид диаграмм, графиков и других простых форм.

2. Динамичная инфографика – она отображает динамику развития или прогресс. Наиболее часто используется для визуализации экономических и социальных показателей.

3. Инфографика-инструкция – она показывает последовательность действий с целью обучения или объяснения каких-либо процессов. Графические или символичные схемы помогают доступно изложить данные. Широко используется в инструкциях любого рода.

4. Видеоинфографика – одна из последних современных тенденций в этом направлении, которая помогает наглядно донести до зрителя информацию, представленную в виде инфографики. Может сочетать в себе разнообразные направления визуализации данных, закрепляя в сознании зрителя данные, благодаря их зачитыванию. Таким образом, более 80 % услышанного и увиденного запоминается с 1-го

просмотра. Это один из самых эффективных в плане восприятия и запоминания информации тип инфографики.

При этом, зачастую, в инфографике может одновременно переплетаться несколько её типов (например, цифровая и текстовая информация дополняется вспомогательными графиками, диаграммами и высококачественными изображениями).

Таким образом, инфографика на сайтах позволяет увеличить длительность пребывания пользователей на сайте, повысить комфортность посещения сайта и внушать доверие пользователю.

Список использованных информационных источников

1. Интернет работа. Заработок в интернете, создание сайтов, SEO [Электронный ресурс]: сайт blogwork.ru. – Режим доступа: <http://blogwork.ru/chto-takoe-infografika-kak-eyo-delat/>. – Название с экрана. – Дата доступа: 13.04.2017.
2. Википедия [Электронный ресурс]: сайт wikipedia.org. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Инфографика/>. – Название с экрана. – Дата доступа: 13.04.2017.
3. Интернет-Партнер [Электронный ресурс]: сайт ipartner.by. – Режим доступа: <http://ipartner.by/poleznoe/infografika-dlya-sajta-celi-zadachi-principy-sozdaniya.html>. – Название с экрана. – Дата доступа: 13.04.2017.
4. РС-Вестник [Электронный ресурс]: сайт pc-vestnik.ru. – Режим доступа: <http://pc-vestnik.ru/infografika/>. – Название с экрана. – Дата доступа: 13.04.2017.

СЕКЦІЯ 16 МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

МАРКЕТИНГ СУПЕРМАРКЕТУ

Л. О. Мизін, М-31;

Н. В. Карпенко, науковий керівник, д. е. н., професор кафедри маркетингу, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Супермаркети – це відносно великі магазини самообслуговування з переважно продовольчим асортиментом, які частково нагадують колишні вітчизняні традиційні універсами.

За визначенням фахівців Інститут маркетингу продуктів харчування США (Food Marketing Institute) супермаркет є продовольчим магазином самообслуговування з відділами бакалійних, м'ясних і сільськогосподарських товарів, а мінімальний річний обсяг його про-

дажів становить 2 млн дол. США. До цієї категорії відносяться також традиційні супермаркети, продовольчі супермагазини з обмеженим асортиментом однотипних товарів і магазини-склади [1].

Основною метою супермаркету є задоволення особистих потреб споживача. Пропонуючи широкий спектр товарів першої необхідності, супермаркети є відмінною альтернативою стихійним ринкам та спеціалізованим магазинам. Через ширший асортимент товарів народного споживання супермаркети в багатьох випадках витісняють звичайні продуктові магазини [2].

Супермаркети в Україні стали найбільш популярними торговельними підприємствами, оскільки ними виконується функція повсякчасного забезпечення населення більшістю товарів продовольчого призначення, а також тими промисловими товарами, призначення яких має повсякденні функції у господарстві. Більшість українських супермаркетів формують свою фірмову торговельну мережу. Серед відомих доцільно відзначити АТБ-маркет, Fozzy Group (Fozzy, Сільпо, Фора), METRO Cash & Carry, Рітейл Груп (Велика Кишеня Велмарт), Фуршет, ЕКО-маркет та інші.

На даний час в окремих країнах і у великих містах України супермаркети формуються на головних транспортних магістралях, узбіччях доріг і зупинках громадського транспорту. Значний вплив на означений процес має високий рівень забезпеченості населення автотранспортом, мобільність міського громадського транспорту.

Все це визначило формування нової концепції розміщення торговельних комплексів та мережі супермаркетів, за яким реалізується зворотній принцип маркетингу торговельного підприємства – рух споживача до товару.

Більшість покупців сьогодні налаштовані на процеси купівлі у великих супермаркетах, сподіваючись на збереження часу, виявляючи довіру до асортименту і до якості продукції.

Саме нагальним постає у мережі супермаркетів застосування маркетингу, орієнтованого на так відомі його «7 принципів», більшість яких застосовуються у мережах і Фаст-фудів. Втім у кожного з них є і негативний зворотний бік (табл. 1).

Таблиця 1 – Сім маркетингових методів для супермаркетів

№ з/п	Зміст методу	Позитивні риси	Негативні риси
1	Сприйняття залежить від ціни	Можливість порівнювати	Приниження низькою ціною
2	Люди побоюються крайнощів	Усереднена ціна	Відсутність достовірної ціни
3	Люди не знають реальної ціни	Акцент на інновації	Спокуса невірному вибору

Продовж. табл. 1

№ з/п	Зміст методу	Позитивні риси	Негативні риси
4	Люди передбачувані	Спорідненість товарів	Спокуса невірною вибору
5	Втома і стрес творять чудеса	Зменшення коливань при виборі	Невиправдані хитрощі
6	Магія цифри 9	Програма лояльності	Незначне здешевлення
7	Гостре відчуття справедливості	Формування довіри споживача	Невиправдані хитрощі

Поширені в останні роки у практиці супермаркетів 7 основних методів маркетингу мають як позитивні так і негативні риси. Тому, на нашу думку, застосовуючи означені прийоми, в першу чергу, необхідно пам'ятати, що використання так званих «хитрощів» може призвести до втрати клієнта НАЗАВЖДИ.

Список використаних інформаційних джерел

1. Липчук В. В. Маркетинг : навч. посіб. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. — Львів : «Магнолія 2006», 2012. — 456 с.
2. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Супермаркет>

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

А. Ю. Шандиба, Т-33;

**В. М. Бондаренко, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри маркетингу, Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»**

У світі надзвичайно високими темпами розвивається туризм, який посів нині провідні позиції у світовій системі господарства. На нього припадає близько 10 % виробленого валового продукту та майже 30 % світової торгівлі послугами. Однією з основних причин стрімкого розвитку цієї сфери людської діяльності є орієнтація економіки значної частини країн світу на індустрію туризму, що пояснюється його важливою роллю в економічному зростанні держав. В процесі розвитку ринкових відносин в економіці України туризм став однією із сфер бізнесу, що викликає значну зацікавленість українських підприємців. Так, туристична діяльність за своєю сутністю є посередницькою діяльністю і не потребує значних інвестицій для початку бізнесу, разом з тим, на туристичному ринку можливі вдалі взаємовідносини між великими, середніми та малими туристичними підприємствами. Маркетинг туристичних послуг можна визначити як комплекс заходів,

пов'язаних із визначенням і розроблення туристичного продукту, а також його просуванням відповідно до психологічних та соціальних факторів, які необхідно враховувати для задоволення потреб індивідумів і груп людей у відпочинку, розвагах за допомогою наданням їм житла, транспортних засобів, харчування, організації дозвілля тощо. Маркетинг у галузі туризму є системою вивчення туристичного ринку, всебічного впливу на покупця, його запити з метою надання максимальної якості туристичному продукту і одержання прибутку туристичною фірмою [1].

Концепції маркетингу – це найбільш загальні підходи до вирішення завдань досягнення бажаного рівня збуту на ринку, принципи їх вирішення, які є основою управління маркетингом. Маркетингова діяльність туристичних підприємств є системним явищем, яке базується на використанні теорії і практики різних видів маркетингу.

Концепція маркетингу туризму знаходить застосування як на туристичних підприємствах, так і в їх об'єднаннях, регіональних туристичних організаціях, державних установах. Це обумовлює необхідність цілісного підходу до маркетингу послуг, який враховував би не тільки економічні цілі підприємств, а й необхідність сталого розвитку туризму, соціальні й екологічні аспекти, формування позитивного туристичного іміджу країни [2]. Туризм як складна система, для досягнення позитивного маркетингового ефекту потребує координації маркетингу різних організацій та підприємств, тому концепції маркетингу в туризмі мають більш всеосяжний характер. Для правильного розуміння маркетингу, як основи ефективного підприємництва слід розглянути п'ять альтернативних концепцій, на яких можуть бути побудовані взаємовідносини між підприємствами і споживачами. Для кращого розуміння концепції маркетингу і концепції збуту, можна провести їх порівняння за наступними показниками (табл. 1)

Таблиця 1 – Порівняння збутової та маркетингової концепцій

Показники	Збутова концепція	Маркетингова концепція
Концентрація уваги	Швидкий продаж	Задоволення споживача
Товарний асортимент	Вузький	Широкий
Виробничий процес	Жорсткий	Гнучкий
Реклама	Засіб швидкого збуту	Засіб інформування
Виробництво нового товару	Визначає виробництво	Визначає попит
Орієнтація цінової політики	На вартість	На ринок
Конкурентоспроможність	Цінова форма	Нецінові форми
Планування	Короткострокове	Довгострокове

Отже, кожна з цих концепцій має свої особливості і свою спрямованість і туристичне підприємство буде обирати концепцію у відповідності до власної спрямованості, а отже можна підсумувати, що кожна концепція може бути успішно і ефективно застосована в діяльності туристичних підприємств. Взагалі, у сучасних умовах в Україні, проблема організації і функціонування маркетингу на туристичних підприємствах має дуже важливе значення, на жаль в Україні теорія і практика маркетингового управління ще не займають відповідного місця, але мають для цього гарні, позитивні перспективи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бондаренко В. М. Возможности развития концепции маркетинга в туристической деятельности / В. М. Бондаренко, Е. Н. Шалун // Инновационный потенциал молодежи в современном мире : материалы XXXVI международной научно-практической конференции студентов и учащихся, Гомель, 3–5 мая 2016 г. / редкол. : А. П. Бобович [и др.] ; под науч. ред. канд. экон. наук, доцента А. П. Бобович. – 2016. – 232 с.
2. Смирнов І. Г. Маркетинг у туризмі / І. Г. Смирнов. – Київ : ЦУЛ, 2016. – 215 с.

ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ ТА ПІДХОДИ ДО ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

А. О. Михайлик, ТЕМС-31;

В. М. Бондаренко, науковий керівник, к. е. н., доцент
доцент кафедри маркетингу, Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для вітчизняних товаровиробників однією з головних передумов забезпечення їх комерційного успіху є розробка, виготовлення і просування на ринку нової (інноваційної) продукції. Враховуючи, що в основу ринкової діяльності сучасного підприємства покладено концепцію маркетингу, його роль для підприємств-інноваторів важко переоцінити. Однак, як свідчить практика, теорія і методичний інструментарій традиційного маркетингу для інноваційних товарів у багатьох випадках важко застосувати. Причинами цього є: специфіка аналізу ринку для нових товарів, складнощі орієнтації виробництва на задоволення потреб споживачів, ускладнення вибору адекватних методів формування первинного попиту та його подальшого стимулювання та ін. Зважаючи на це, існує нагальна потреба виокремлення окремого виду маркетингу – інноваційного [2].

Особливо актуальною стає потреба у використанні маркетингу інновацій. Під маркетингом інновацій слід розуміти діяльність, спрямовану на пошук нових сфер та способів використання потенціалу підприємства, розроблення на цій основі нових товарів і технологій та їх просування на ринку з метою задоволення потреб і запитів споживачів більш ефективним, ніж конкуренти, способом, отримання за рахунок цього прибутку та забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку [3]. Зростаючий ступінь відкритості економіки України і ріст інтеграційних процесів у світовій економіці, ставлять підприємства перед необхідністю адаптації до нових умов господарювання, які докорінно змінилися і продовжують змінюватися. Світові тенденції розвитку, свідчать про вирішальну роль інновацій у забезпеченні економічного зростання. У цих умовах однією з основних складових тривалого виживання і розвитку вітчизняних підприємств стає здатність запропонувати, розробити, вивести на ринок і просувати на ньому товари з новими якостями, що орієнтовані на задоволення існуючих потреб, але новими, нетрадиційними способами [1].

Відтак, вважаємо, що маркетинг інновацій слід розглядати як систематичну активність на ринку щодо створення, виведення та просування інновації, як комплексну функцію менеджменту. Зауважимо, що не вважаємо наведений вище підхід вичерпним і таким, що усебічно відображує суть маркетингу інновацій. В узагальненому вигляді суть маркетингу інновацій може бути визначена як систематична активність щодо розробки і просування на ринку нових товарів, послуг та технологій для задоволення потреб і запитів споживачів.

Таким чином, сьогодні, коли Україна має можливість вийти на нові ринки зі своєю продукцією застосування маркетингу інновацій нині як ніколи актуальне. Саме здійснення господарської діяльності на засадах маркетингу інновацій дозволить підприємству знайти і реалізувати ринкові можливості інноваційного розвитку для підвищення рівня його конкурентоспроможності, укріплення ринкових позицій, підвищення ефективності функціонування, забезпечення умов тривалого виживання і розвитку [4]. Дотримання викладених принципів дозволить підприємствам своєчасно реагувати на зміни в макросередовищі і мікросередовищі, і приймати ефективні управлінські рішення безпосередньо на мікрорівні, що сприятиме сталому розвитку як окремих підприємств, так і економіки у цілому.

Підводячи підсумки необхідно зазначити, що нами виділено основні проблеми маркетингу інновацій на етапах інноваційного циклу

та інновацій на підприємстві. Не претендуючи на вичерпність аналізу, слід зробити висновок, що отримані результати визначають напрямки подальших науково-прикладних досліджень у галузі маркетингу інновацій, кожен з яких може стати основою окремої науково-дослідної роботи, що розвиває теоретико-методичні основи маркетингу інновацій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бондаренко В. М. Формування інноваційної стратегії в підвищенні конкурентоспроможності підприємства / В. М. Бондаренко // Інформаційно-аналітичний журнал. «Економіка. Фінанси. Право». – 2015. – № 9/2'2015. – С. 4–7.
2. Ілляшенко С. М. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за ред. д. е. н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2013. – 623 с.
3. Карпенко Н. В. Інноваційні підходи до вибору методів та послідовності процесу сегментації ринку / Н. В. Карпенко // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. – 2009. – С. 1–2.
4. Пересунько Є. С. Місце і роль інноваційної діяльності в системі економіки / Є. С. Пересунько. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 6(73). – С. 84–88.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

І. Г. Олексюк, ТРГ-51м;

***О. А. Івасенко, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри маркетингу,***

***Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»***

Ключовою проблемою сучасної споживчої кооперації України є слабкі господарські взаємозв'язки між різними ланками її системи, особливо на міжрегіональному та загальнодержавному рівнях, іноді формальне членство окремих спілок споживчих товариств в системі тощо. Реформування системи споживчої кооперації має передбачати модернізацію підприємств, оптимізацію їх потужностей, концентрацію господарської діяльності та раціональне розташування кооперативних господарських об'єктів тощо. Тому одним із ключових напрямів реформ є впровадження системи маркетингових комунікацій в діяльність споживчих товариств та їх спілок.

В системі споживчої кооперації України перебуває 423 ринка (близько 15 % ринків України), 10500 магазинів (8 із 10 – сільські), виробничу галузь представляють 240 підприємств, які виготовляють продукти харчування (борошно, кондитерські та м'ясні вироби, соки, консерви тощо), асортиментний ряд товарів становить понад 22 тис. У невеликих населених пунктах кооперативні магазини нерідко є єдиними торговими точками, де місцеві жителі можуть придбати необхідні товари.

Торгівля завжди була пріоритетною галуззю діяльності споживчої кооперації України. Підвищення ефективності господарської діяльності, в сегменті торгівлі, має відбуватися через створенню єдиної роздрібно-торговельної мережі, яка орієнтована, передусім, на сільську місцевість. Це надасть можливість всій мережі перейти на більш якісний та сучасний рівень закупівель товарів, відпрацювати єдиний асортимент, узгодити цінову політику, розширити асортимент супутніх товарів, що позначиться зростанням ефективності галузі торгівлі в цілому.

Вступ Укоопспілки до Європейського співтовариства споживчих кооперативів – організації, що об'єднує споживчі кооперації Західної Європи – Еуро СООР, надав можливість використання кооперативної символіки, яка прикрашає фасади роздрібних мереж споживчої кооперації Італії, Швейцарії, Данії, Швеції, Угорщини і низки інших країн. У той же час, брендбук споживчої кооперації України підкреслює українську ідентичність. Це елемент етнічної зірки в синьо-жовтих кольорах, оперезаної овалом (стилістика української писанки).

Враховуючи, що система споживчої кооперації України включає в себе більше 20 тисяч об'єктів, нові сегменти та графічні елементи брендбуку вводяться в дію по мірі утворення або реорганізації кооперативних організацій, їх підприємств (об'єднань), інших суб'єктів господарювання.

Важливою складовою сучасних змін у діяльності споживчої кооперації є впровадження стандартів фірмового стилю для оформлення екстер'єру та інтер'єру роздрібно-торговельної мережі, підприємств ресторанного господарства, побутового обслуговування згідного нового брендбука. Таким чином вирішується питання єдиного формату кооперативних закладів та їх зовнішнього вигляду. Новий фірмовий стиль наголошує споживачеві на європейській якості надання послуг кооперативними суб'єктами.

Згідно брендбука торговельні об'єкти розподілені за трьома категоріями: коопміні (категорія С – це найменші магазини, до 120 м²),

коопстандарт (категорія В – середні магазини площею від 120 до 160 м²), коопмаксі (категорія А – найбільші магазини площею понад 160 м²). Наприклад, у Полтавській області більша кількість діючих магазинів відноситься до категорії С – їх 489 або 76,4 % загальної кількості, категорія В складає 42 одиниці або 6,6 % загальної кількості, до категорії А відноситься 29 об'єктів або 4,5 % загальної кількості. Іншу спеціалізацію мають 80 магазинів або 12,5 % загальної кількості.

Впровадження стандартів фірмового стилю у кооперативних магазинах супроводжується використанням світові практики рітейлу, вони оснащуються сучасним торговельним і холодильним обладнанням, реєстраторами розрахункових операцій, працюють за принципом самообслуговування, пропонують покупцям комфортні умови та великий асортиментний ряд. Це дозволяє знизити закупівельні ціни та зменшити інші витрати, збільшити технологічний рівень торгівлі, у тому числі за рахунок автоматизації торговельного процесу, створити умови для залучення в кооперативну мережу приватних підприємців. Крім того, це дає можливість скоротити адміністративні та фінансові витрати, збільшити обсяги продаж та запропонувати покупцям найкращі товари за більш привабливими цінами.

Важливим напрямком розвитку маркетингових комунікацій має стати розвиток оптово-логістичної діяльності, для постачання відповідного асортименту товарів в роздрібні магазини централізовано за чітко визначеним графіком та цінами, не вищими ніж у інших дистриб'юторів. При створення такого оптово-логістичного центру слід зосередити увагу на товарах, які не потребують особливих умов зберігання – бакалія, безалкогольні напої, побутова хімія, вино-горілчані вироби, дитяче харчування та дитячі товари, кондитерські вироби, не-продовольчі та супутні товари, тютюнові вироби тощо.

Проведення ребрендингу споживчої кооперації України на основі орієнтації на провідний європейський досвід і інтеграції у Еуро Соор; посилення маркетингових комунікацій між різними ланками системи: оптова, роздрібна торгівля, заклади ресторанного господарства за рахунок створення єдиного оптового-логістичного оператора, переоснащення споживчих товариств сучасним обладнанням; формування на базі розрізнених магазинів споживчої кооперації єдиної мережі роздрібних маркетів трьох стандартів за розміром на основі затвердженого спільного бренд-буку із використанням передових технологій рітейлу сприятиме зростання конкурентоспроможності системи споживчої кооперації України та її стратегічного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Войчак А. В. Сучасні тенденції розвитку маркетингу в системі споживчої кооперації зарубіжних країн / А. В. Войчак, Н. В. Карпенко // Механізм регулювання економіки, 2009, № 4, Т. 2. – С. 240–245.
2. Манжура О. В. Реформа системи споживчої кооперації України: маркетингові аспекти / О. В. Манжура // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 7/1. – С. 60–62.
3. Педненко Н. С. Оцінка маркетингової складової при використанні потенціалу розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації / Н. С. Педненко // Європейський вектор економічного розвитку. – 2012. – № 1 (12). – С. 143–152.
4. Яловега Н. І. Служба маркетингу на підприємствах споживчої кооперації / Н. І. Яловега // Науковий вісник НЛТУ. – 2007, вип. 17.6. – С. 231–238.

СЕКЦІЯ 17 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

А. В. Павелко, ТҚД-43і;

Л. В. Іржавська, науковий керівник, асистент кафедри комерційної діяльності та підприємництва, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У теперішній час в умовах жорсткої конкуренції на ринку споживчих товарів велике значення в успішній діяльності будь-якої торговельної фірми має правильна організація торговельного обслуговування.

Якість обслуговування – це, з одного боку, обслуговування споживачів, надання послуг, безпосередньо спрямованих від людини до людини; а з іншого боку, це – обслуговування матеріального характеру, яке спрямоване не на людину, а на переміщення предметів (товарів) і побічно діє на населення як на споживачів в цілому і конкретно на кожну окрему людину.

В сучасних умовах якість обслуговування – найважливіша характеристика торгівлі. Культура торговельного обслуговування, на нашу думку, є складовою і поняття «якості обслуговування», і поняття «культура торгівлі», як показано на рис. 1.1.



Рисунок 1.1 – Схема взаємозв'язку якості обслуговування

Основною умовою високої культури торговельного обслуговування є постійна наявність у продажу всіх необхідних населенню товарів. Зростання матеріального добробуту народу і його купівельної спроможності викликає необхідність розширення асортименту, підвищення якості, виховання естетичного смаку. Культура торговельного обслуговування – це і добре організована реклама, широка інформація для покупців про властивості, якості товарів і т. д.

Підвищення якості обслуговування вимагає суворої дисципліни, чіткості і оперативності в роботі, знання працівниками магазину товарів, їх особливостей; вміння надати консультацію покупцеві; досконале володіння різними операціями, пов'язаними з продажем товарів; гарне зовнішнє і внутрішнє оформлення магазину, охайний зовнішній вигляд продавця, вміння тримати себе, бути ввічливим, доброзичливим, тактовним.

Один з уже перевічених способів контролю роботи продавців, а заодно і виявлення проблемних зон в обслуговуванні покупців є метод «Таємний покупець» (Mystery Shoppers).

Mystery Shopping – метод маркетингових досліджень, що передбачає оцінку якості обслуговування за допомогою фахівців, виступаючих в ролі підставних покупців.

В умовах конкуренції якість обслуговування є найважливішим критерієм, за яким клієнти, покупці оцінюють компанію. «Таємний покупець» дозволяє оцінити роботу персоналу з точки зору споживача і своєчасно вжити заходів щодо поліпшення якості обслуговування.

Нами проведені дослідження за методом «Таємний покупець» з метою комплексної оцінки якості обслуговування покупців для визначення рейтингу обслуговування серед магазинів.

Головна мета дослідження – визначення споживчої оцінки якості обслуговування на підприємствах малого бізнесу.

Дослідження склалися з декількох етапів, а саме: перший етап – підготовчий, другий етап «Безпосереднє проведення дослідження» та третій етап «Аналітична частина».

За результатами дослідження можемо зробити наступні висновки: порівняння якості обслуговування в магазинах великих мережевих операторів з магазинами малого підприємництва показує значну перевагу великих магазинів через застосування у них стандартів обслуговування та постійного проведення навчання персоналу; узагальнені дані за методом «Таємний покупець» показали, що якість обслуговування розподіляється нерівномірно по поверхах: краще обслуговування на 2 поверсі (62,7 %) і 1 поверсі (58,4 %), а найгірше – на 3-му (53,8 %).

Таким чином, підготовлені і проведені дослідження якості обслуговування методом «Таємний покупець» показують значний резерв для поліпшення якості обслуговування як у окремих орендарів, так і в торгово-розважальному комплексі в цілому. Виходячи з результатів дослідження, можна розробити єдину систему стандартів обслуговування для всіх малих торгових підприємств, які орендують площі в торгово-розважальному комплексі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Юрко І. В. Торговельне підприємництво : навч. посіб. / І. В. Юрко. – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – С. 12.
2. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2013, № 3, ст. 23.

ТОРГІВЛЯ ЯК СФЕРА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О. С. Скубій, ТЖД-41і;

О. М. Михайленко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ефективність використання ресурсного потенціалу та організація торгівлі підприємств, які здійснюють торговельну діяльність, зумовлюється як джерелами його формування, так і низкою інших чинників, що мають прояв у діяльності суб'єктів господарювання.

На початок 2016 р. в Україні діяло 12,1 тис. підприємств (юридичних осіб), що здійснювали діяльність із роздрібною торгівлю. З них підприємств, основним видом діяльності яких за КВЕД є роздрібна торгівля (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним), налічувалося 7,8 тис., підприємств оптової та роздрібною торгівлі, що здійснювали продаж автотранспортних засобів та мотоциклів, їх ремонт, – 0,9 тис., підприємств інших видів економічної діяльності –

3,4 тис. Серед підприємств інших видів економічної діяльності, що займалися роздрібною торгівлею, найбільшу частку складали підприємства сільського господарства, мисливства, лісового та рибного господарства (32,2 %), оптової торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами і мотоциклами (28,9 %), промисловості (20,7 %) [1].

На сучасному етапі до основних проблем підприємств, що здійснюють торговельну діяльність, в Україні відносять: зростання обсягів кредиторської заборгованості перед виробниками та постачальниками за надані товари, зростання плінності кадрів серед торговельного персоналу, зростання вартості орендної плати, транспортно-експедичних послуг тощо.

Виробниче підприємство «Заря» товариства з обмеженою відповідальністю агрофірми «Добробут» знаходиться в с. Супротивна Балка Новосанжарського району Полтавської області. Дане підприємство займається переробкою та реалізацією сільськогосподарською продукції особливо великими партіями.

У 2016 р. найбільш прибутковою галуззю в ВП «Заря» ТОВ АФ «Добробут» було виробництво соняшника – 1 337,2 тис. грн прибутку, але це на 58,68 % менше, ніж у 2014 році та на 70,82 % менше, ніж у 2015 році, прибуток від молочного скотарства у 2016 році склав 823,9 тис. грн, це на 2,07% менше, ніж у 2014 році, але на 162,56 % більше, ніж у 2015 році. Інші галузі, такі як зерновиробництво, овочівництво, м'ясне скотарство та свинарство принесли підприємству збитки.

Загалом протягом останніх трьох років грошові надходження від реалізації продукції в ВП «Заря» ТОВ АФ «Добробут» зросли, але спостерігається тенденція до зниження загального прибутку і 2016 рік підприємство в цілому спрацювало збитково. На зерновиробництво приходить майже дві третини загальної посівної площі по господарству і 40 % від загальної вартості реалізованої продукції. В цієї галузі одержано майже половина загальної обсягу прибутку по господарству [2].

ВП «Заря» ТОВ «Добробут» має досить високий рівень врожайності зернових та овочевих культур завдяки використанню сучасного технічного парку, який складається з наявної техніки вітчизняного виробництва, а також нової, що була придбана в 2016 році у провідної американської агротехнічної фірми «Фарм Фанс».

Підприємство співпрацює з багатьма постачальниками, з якими встановлена система знижок, що є досить вигідним для його діяльності. Основними постачальниками ВП «Заря» ТОВ АФ «Добробут» є ТОВ «Ерідон» (засоби захисту рослин, сільськогосподарська техніка), ТОВ «Агро-Союз Полтава» (запчастини до сільськогосподарської техніки), ТОВ «КонтинентНафтоТрейд» (запчастини до сільськогосподарської техніки), ТОВ «Цеппелін Україна» (запчастини до комбайнів), ТОВ «ПолтаваАгро» (добрива), ТОВ «Суффле Агро» (засоби захисту рослин, насіння) та ін. У 2015 році було укладено договір з компанією

«Агріматко Україна» (офіційним представником французької фірми-виробника насіння RAGT) на постачання насіння та проведення агро-досліджень на полях даного підприємства по промислового вирощуванню гібридів кукурудзи та соняшника, що вперше завезені в Україну.

Основними споживачами ВП «Заря» ТОВ АФ «Добробут», з якими підприємство має довготривалі стосунки, є український зернотрейд ТОВ «Луї Дрейфус комодітіз Україна» і ТОВ «Віойл Агро», а також ВАТ «Полтавський хлібокомбінат № 3».

ВП «Заря» ТОВ АФ «Добробут» реалізує продукцію протягом двох місяців після її виготовлення для трейдерів за оптовими цінами. Альтернативним варіантом реалізації сільськогосподарської продукції є продаж продукції на ф'ючерсному ринку.

Ф'ючерсна торгівля може принести ВП «Заря» ТОВ АФ «Добробут» додаткові прибутки, але вона потребує додаткових витрат, пов'язаних з наймом брокера для представництва на біржі та інших спеціалістів. Також істотним є ризик втрат за рахунок не правильного прогнозування цін, тому даний варіант реалізації продукції для ВП «Заря» ТОВ АФ «Добробут» потрібно залишити на перспективу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Наявність торгової мережі на 1 січня 2016 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Розвиток агропромислових угідь на території Новосанжарщини 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zorya.poltava.ua>. – Назва з екрана.

РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ПРИКЛАДІ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «БРУСНИЧКА»

А. О. Михайлик, ТЕМС-31;

А. О. Брацун, науковий керівник, асистент кафедри комерційної діяльності і підприємництва, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Останнім часом великого значення набувають роздрібні мережі, які дають споживачам можливість швидко, зручно, з мінімальною витратою сил і часу придбати потрібні товари і послуги в умовах вільного вибору і широкого асортименту, недалеко від місця роботи або проживання, в потрібну годину та певної кількості. Особливо це стосується продовольчих магазинів та супермаркетів.

Сьогодні, роздрібні мережі в Україні переживають складні часи існування через: тяжку геополітичну ситуацію в країні, знецінення національної валюти, зменшення доходів громадян та інші чинники, які негативно впливають на купівельну спроможність і вимушують

покупців переходити на малоцінні товари. Як наслідок, спостерігаються наступні тенденції: зменшення кількості нових магазинів, відкритих протягом 2015 р.; переорієнтація на формати «магазин біля дому»; орієнтація споживачів на товари більш низького цінового сегменту; підвищення ефективності за рахунок логістики, установки кас самообслуговування тощо; заміщення імпорتنих товарів українськими аналогами; розвиток власних торгових марок мережі.

Традиційними форматами мереж магазинів в Україні є гіпермаркети у торговельному центрі, супермаркет «біля дому» та міні-маркети.

Останніми роками в Україні стрімко розвиваються роздрібні мережі, які складаються з десятків або навіть сотень роздрібних торговельних підприємств, що належать єдиному власнику. До них відносять «АТБ», «Ельдорадо», «ІКЕА», «Сильпо», «Маркетопт», «Хуторок», «Брусничка», «Фокстрот». Вони володіють розгалуженою інтернаціональною, національною або регіональною мережею крамниць з уніфікованою технологією організації роботи аж до єдиного оформлення екстер'єру й інтер'єру.

Фрешмаркет «Брусничка», знаходиться за адресою м. Полтава, вул. Соборності, 43. Вулиця Соборності є однією з головних вулиць у м. Полтава. Фрешмаркет розташований навпроти зупинки транспортних засобів. Це досить зручне розташування для магазину, так як в радіусі найближчих 300 метрів немає жодного супермаркету з середніми цінами. До того ж побіля магазину велика кількість житлових будинків.

Сама компанія була заснована 13 вересня 2006 року. Основною метою компанії є створення однієї з найбільших роздрібних мереж в Україні.

Мережа працює у форматі «магазин біля дому» площею 300–400 м² з асортиментом близько 5 000 тисяч позицій. У вересні 2011 року Компанія представила нову концепцію магазинів – фрешмаркет.

Основа формату «фрешмаркет» – це якісні і свіжі товари від перевірених постачальників за доступними цінами, доброзичливий сервіс. Асортимент магазинів представлений розширеної фреш-групою: м'ясні і молочні продукти, хлібобулочні вироби, свіжі овочі і фрукти. Особливістю є також випічка хлібобулочних виробів безпосередньо в торговому залі магазину.

Мережа супермаркетів працюють більш ніж з 500 постачальниками продовольчих та непродовольчих груп товарів по всій Україні.

Станом на лютий 2017 торгова мережа «Брусничка» налічувала 98 магазинів в Донецькій, Харківській, Дніпропетровській, Луганській, Запорізькій та Полтавській областях.

Центральний офіс компанії розташований у Дніпропетровську. Загальна чисельність співробітників – 2 600 тис. чол.

До активів компанії належать також розподільні центри загальною

площею близько 11 000 м² і виробничий цех, який забезпечує магазини м'ясною продукцією, випічкою і кулінарією.

Щодня в магазинах мережі здійснюють покупки близько 150 000 чоловік.

Активними конкурентами даного різновиду супермаркетів є супермаркет «Гранд», магазин «Молоко», супермаркет «АТБ», магазин «Гастрономчик», супермаркет «ЕКО маркет», супермаркет «Сильпо», магазин «Гурман».

Отже, для посилення своїх позицій, утримання наявних та залучення нових клієнтів, збільшення власного прибутку та підвищення економії держави роздрібна мережа повинна використовувати якомога більший комплекс заходів, а саме: систему мерчандайзингу – оптимізацію асортименту, ефективне планування торговельного залу, засоби комунікативного та візуального мерчандайзингу; покращання методів лояльності – для клієнтів, для посередників, для співробітників; удосконалення заходів матеріальної та моральної мотивації для співробітників; враховувати вимоги до форматів магазинів роздрібної мережі.

СЕКЦІЯ 18 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА, ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

ВІДПОВІДНІСТЬ МАРКОВАННЯ ПАНЧІШНО-ШКАРПЕТКОВИХ ВИРОБІВ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ЧИННИМ ВИМОГАМ

О. Бондаренко, ТЕМС 61 м;

Н. В. Омельченко, науковий керівник, к. т. н., професор кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Шкарпетка (від італ. *Scarpetta* – «чобіток») – парний тканинний предмет одягу призначений для ніг. Зазвичай слово вживається у множині – «шкарпетки» [1]. Шкарпетки були винайдені у Стародавній Греції. В'язані шкарпетки з'явилися в Іспанії в XVI столітті. Сучасний асортимент шкарпеток поділяють за статевіковою ознакою на жіночі, чоловічі та дитячі. Всі види шкарпеток поділяють за розміром, кольором, способом виготовлення. Їх виробляють із натуральних волокон (шерсті, бавовни та інших), хімічних, синтетичних волокон та їх поєднань. Сировинний склад повинен забезпечувати не тільки гарний зовнішній вигляд і довговічність, а й належні гігієнічні властивості, щоб ноги в таких шкарпетках «дихали» та забезпечували комфорт споживачеві. Виготовлення шкарпеток з такими споживними властивостями важливе завдання виробників.

Доведенню до споживачів достовірної інформації стосовно сировинного складу панчішно-шкарпеткових виробів в ЄС приділяється значна увага. Ці вимоги регламентуються Директивами Європейського Парламенту і Ради ЄС 96/74/ЄС від 16 грудня 1996 р. про назви і правила маркування текстильних матеріалів. Гармонізуючи вимоги до маркування панчішно-шкарпеткових виробів, в Україні прийнятий Технічний регламент, який встановлює основні вимоги до назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів. Він є обов'язковим для всіх суб'єктів господарювання незалежно від форми власності, сфера діяльності яких поширюється на текстильні волокна і вироби на різних стадіях їх виготовлення та введення в обіг на території України, і не застосовуються до текстильних виробів, які ввозяться на територію України як давальницька сировина. Введення в обіг текстильних волокон і виробів на внутрішньому ринку дозволяється за умови відповідності їх вимогам цього Технічного регламенту [2].

Згідно наказу державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 24.04.2009 № 163 «Про затвердження переліку національних стандартів, які в разі добровільного застосування є доказом відповідності продукції вимогам «технічного регламенту щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів», використовуючи ДСТУ 4519:2006 «Непродовольчі товари. Споживче маркування товарів легкої промисловості. Загальні правила» було проведено дослідження на відповідність маркування шкарпеток чоловічих українського виробництва: ТМ «Смалій» виробництва ФОП Смалій В.П.; Марк-Ком ТМ «Комфорт» виробництва ПП Ушаков О.М.; ТМ «Житомирська пара» виробництва ТОВ «Тема-Б».

За результатами проведеного дослідження з'ясовано вимоги, щодо панчішно-шкарпеткових виробів, і складових реквізитів, частина з яких є обов'язковими, а частина рекомендованими. Маркування шкарпеток чоловічих ТМ «Смалій» виробництва ФОП Смалій В. П. відповідає чинним вимогам за всіма реквізитами. У маркуванні шкарпеток чоловічих Марк-Ком ТМ «Комфорт» виробництва ПП Ушаков О. М. не зазначена дата виготовлення виробу. У маркуванні шкарпеток чоловічих ТМ «Житомирська пара» відсутні реквізити: дата виготовлення, інформація про сертифікацію товару та символи за доглядом. Виявлена невідповідність між вимогами чинного технічного регламенту та нормами закону України «Про захист прав споживачів» стосовно позначення нормативних документів у маркуванні товарів.

Виробникам панчішно-шкарпеткових виробів слід дотримуватись вимог чинного законодавства, зокрема, технічного регламенту який є обов'язковим з 2012 року. ПП Ушакову О. М. та керівництву ТОВ «Тема_Б» рекомендувати вилучити зазначену партію товару з обігу, замаркувати продукцію відповідно до чинних вимог і тільки після цього ввести свою продукцію в обіг на території України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Етимологічний словник української мови: В 7 т. / Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; редкол. О. С. Мельничук (головний ред.) та ін. – Т. 6: У – Я / Уклад.: Г. П. Півторак та ін. – 2012. – 568 с.
2. Про затвердження Технічного регламенту щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів : Постанова Кабінету Міністрів України, Регламент № 13 від 14.01.2009 [Електронний ресурс] : офіційний веб-портал Верховної ради України. Нормативно-правова база України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/13-2009-%D0%BF>. – Назва з екрана. – Дата звернення 07.04.2017.
3. «Про затвердження переліку національних стандартів, які в разі добровільного застосування є доказом відповідності продукції вимогам «Технічного регламенту щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів»: Наказ державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики № 163 від 24.04.2009 [Електронний ресурс] : офіційний веб-портал Верховної ради України. Нормативно-правова база України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/rada/show/v0163609-09>. – Назва з екрана. – Дата звернення 07.04.2017.

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ

І. Переходченко, ТЕМС м кв-61;

Н. В. Омельченко, науковий керівник, к. т. н., професор кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

За даним дослідницької компанії Euromonitor International в 2015 році український ринок товарів краси та засобів по догляду за собою виріс в грошовому вираженні на 24,6 % в порівнянні з 2014 роком і склав 30,2 млрд грн. За результатами 2015 року всі категорії українського косметичного ринку в грошовому вираженні зросли. Лідерами за темпами зростання стали категорії «декоративна косметика» і «догляд за шкірою», які збільшилися на 28,9 % і 28,5 % відповідно. У структурі попиту на косметичному ринку України найбільшу частку – 31,8 % – займається категорія «засоби особистої гігієни», яка включає: засоби для ванни і душа, дезодоранти, чоловічий і дитячий догляд, депілятори. В Європі та світі в цілому ця категорія також на першому місці. Однак якщо в світі на другому місці – категорія «догляд за шкірою» з часткою 25,9 %, то в Україні – догляд за волоссям з часткою 19,6 %. А категорія «догляд за шкірою» у нас на третьому місці з часткою 18,4 %. Ще 13,6 % займає декоративна косметика, а парфумерія – 11,6 %. За даними Euromonitor International, на світовому косметич-

ному ринку поступово зростає частка преміум-продукції і зараз вона становить 27 %. За останній рік українки не змінили свої переваги – частка продукції мас-маркет в Україні навіть збільшилася з 91,3 до 91,6 %. У 2015 році вдалося не тільки перевищити темп зростання ринку в грошовому вираженні, але й у середньому на 8–9 % збільшити кількість проданих одиниць в таких категоріях, як декоративна косметика, засоби по догляду за шкірою і засоби по догляду за волоссям [1].

Останніми роками в Україні з'явилося чимало молодих фірм, виробничих підприємств з випуску парфумерно-косметичних товарів. Але більшість з них спеціалізуються на одній групі або одному виді товарів. Найчастіше це засоби з догляду за волоссям – шампуні і фарби. Випуск товарів, які користуються досить великим попитом споживачів, вже освоїли АТ ВНДІ Хімпроект, СП «Супермаш», виробничо-торговельна фірма «Екмі», ЗАТ фабрика «Колбі», підприємство «Альта-Колор», виробнича фірма «Перлина», фірма «Вельта-Косметика», СП ТОВ «Пірана» (м. Харків), ТОВ «Авалон» (м. Сімферополь), ТОВ «Парфум-холдинг» (м. Київ), фірми «Злата», «Росо» та ін. Серед них розгорнулась конкурентна боротьба на українському споживчому ринку. Тому деякі з перелічених фірм розширюють свій асортимент. Так, українсько-болгарське СП «Пірана» випускає не тільки різні фітошампуні декількох розфасовок, але і шампуні-бальзами [2]. Зокрема, фабрика «Комбі» (м. Київ), крім фарби «Елітан», виробляє освітлювач «Блонд-Вікторія» і тонізуючі бальзами. Новинками цього підприємства є тонізуючі бальзами «Нотатон-Си» і «Нотатон-Ре» у ламінантній упаковці-подушці для одноразового використання. У ВНДІ Хімпроект новинкою стали дезодоранти серії Агсов. Адаптована до сучасних вимог, які ставляться до дезодорантів, серія не є озоноруйнувальною, що посилює її позиції в конкурентній боротьбі не тільки на внутрішньому ринку, але і на зовнішньому. Українсько-американське СП «Супер-маш» (м. Київ) пропонує лак для волосся, рідке мило, гель для укладання волосся, фарби, шампуні, освітлювач. Фахівці вітчизняних підприємств працюють над вивченням ринку, споживчого попиту, використовують нові технології, досягнення науки.

На ринок України надходить також парфумерно-косметична продукція виробництва країн СНД, передусім Росії. Добре зарекомендували себе парфуми московської фабрики «Новая зоря», АТ «Северное сияние» (м. Санкт-Петербург), парфумерно-косметична фабрика «Уральские самоцветы» (м. Екатеринбург), АО «Клео» (м. Краснодар), фабрика «Дзінтарс» (м. Рига, Латвія). В Україну в широкому асортименті імпортується парфумерія і косметика багатьох західних країн: Swarzkopf, Nivea, Wella, Florena (Німеччина), Oriflame (Швеція), Lumene (Фінляндія), Pollena (Польща), Alen Mak (Болгарія), Henkel Cosmetics (Австрія), Lander, Waruer Cosmetics, Johnsons, Mary Kay, Artmadic Cosmetics (США), а також продукція країн Близького Сходу.

Парфюмерію і косметику закордонного виробництва умовно поділяють на дві групи: елітну і продукцію так званого мас-маркетингу (масового споживання). Остання, у свою чергу, поділяється на дешеву, середнього рівня і більш дорогу. Спеціалісти підрахували, що тільки на гігієнічну косметику (мило, шампунь, зубну пасту, засоби догляду за шкірою) населення України щомісячно витрачає близько 400–500 млн грн, або 5 млрд грн на рік.

Особливого успіху на українському ринку досягають закордонні фірми. Той факт, що великі імпортери збільшили за рік обсяги продажу своєї продукції в середньому у 1,5 рази, говорить про значну ємність вітчизняного ринку – місця на ньому поки що вистачає всім. Однак сучасне становище на ринку – не на користь українських виробників. За більшістю товарних груп продукція іноземного виробництва складає 60–90 від загальної кількості пропонованого товару, а в середньому по ринку 70–75 %. За такими товарними групами і видами товарів, як зубна паста, дезодоранти, креми для гоління, лак для волосся, декоративна косметика, туалетна вода, ринок України майже на 95–100 % заповнений імпортною продукцією.

У цілому по Україні понад шістсот фірм спеціалізуються на дрібнооптовій та роздрібній торгівлі парфумами і косметикою. Практично всі виробники перетворилися на виробничо-торговельні підприємства, мають свої торговельні підприємства, здійснюють як оптову, так і роздрібну торгівлю своєї продукції. АТ «Золотоніська ПКФ» також не обмежується боротьбою за вітчизняний ринок. Це підприємство, незважаючи на труднощі, змогло утримати з багатьох позицій найнижчі ціни на свою продукцію серед українських виробників. У сучасних умовах підприємство веде активну експансію на досить перспективні ринки країн СНД.

Загалом український ринок парфумерно-косметичних товарів є одним з найбільш містких і перспективних серед інших непродовольчих товарів. На сучасному етапі для вітчизняних виробників головними завданнями є покращення якості і розширення асортименту продукції, підвищення її конкурентоспроможності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Рынок косметики Украины: обзор [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketing.rbc.ua/news/01.04.2016/8155>. – Назва з екрана. – Дата звернення 10.04.2017.
2. Ринок косметичної продукції в Україні є непрозорим через дії дистриб'юторів. ТСН Новини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsn.ua/groshi/rinok-kosmetichnoyi-produkciyiiv-ukrayini-ye-neprozorim-cherez-yutoriv.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення 10.04.2017.

ЕНЕРГЕТИЧНІ НАПОЇ: НЕБЕЗПЕКА ЧИ КОРИСТЬ

С. Крупа, ТЕМС м кв-61;

Н. В. Омельченко, науковий керівник, к. т. н., професор кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Енергетичні напої на полицях супермаркетів з'явилися не так давно. Вони припали до смаку молоді, яка любить будь-що «новеньке», особливо, якщо продукт здатен викликати стан ейфорії чи бадьорості. Ситуація з більш дорослим населенням не менш цікава. Трапляються випадки, коли від перенавантажень на роботі сили і нерви на межі, а кінця-краю не видно. Саме в такі моменти, коли власні сили організму вже не здатні самовідновлюватися, приходять на допомогу солодкі, газовані, ароматні, освіжаючі помічники – енергетичні напої [1].

Виробники енергетичних напоїв запевняють, що їх продукція приносить тільки користь. Секрет успішності «енергетиків» не тільки в рекламі, а й у хімічному складі. Крім води, барвників і ароматизаторів, до них входить ціла низка компонентів, які самі по собі стимулюють фізичну й розумову діяльність. Однак слід пам'ятати, що від вживання енергетичних напоїв є як позитивні так і негативні наслідки.

Першим напоєм, що додавав енергії і бадьорості була Coca-Cola, бо до його складу входять насіння горіха коки, з яких до цих пір роблять кокаїн. Але нові напої перевершили Coca-Cola за своєю дією на організм: в них збільшився вміст кофеїну та інших стимулюючих речовин. Основними складовими сучасних енергетиків є таурин (амінокислота, а глюкоуронолактон – продукт переробки організмом вуглеводів), кофеїн, глюкоуронолактон, вітаміни групи В, сахароза і глюкоза. Всі енергетики включають в себе кофеїн і цукор, при цьому сучасні напої містять у два рази більше кофеїну, ніж Cola і Pepsi. Рекламні ролики наперебій кричать про суперпереваги нового енергетика – 280 мг кофеїну!

Загалом при виробництві подібних напоїв дозволяється використовувати соки, концентрати, настої і екстракти рослинної сировини, виноматеріали, ароматизатори, емульсії, ароматичні основи, харчові кислоти, вітаміни, барвники, стабілізатори, консерванти, освітлювачі, замутнювачі, підсолоджувачі та іншу сировину та матеріали, які відповідають вимогам чинних нормативних документів чи мають дозвіл Міністерства охорони здоров'я України.

Більшість лікарів сходиться на думці, що енергетичні напої взагалі не можна відносити до продуктів харчування, вони більше за своїм складом нагадують медичні препарати, так більшість з них містить екстракти трав, які піднімають тонус організму. Комуś таке «підняття» може піти на користь, а для когось стати фатальним. Виходить,

що реакція організму на енергетики залежить від індивідуальних особливостей його. Людям, які страждають захворюваннями центральної нервової системи, серцево-судинними проблемами, такі напої взагалі протипоказані. Велику небезпеку енергетики становлять для питущих людей [2]. І ще один тривожний аспект – можливе звикання. Як відомо, кофеїн та інші психостимулятори діють в три етапи: спочатку піднімають тонус, потім настає спад, за ними – апатія та дратівливість. В США проводилися опитування студентів, які вживають енергетики. З 496 опитаних 51 % повідомив про те, що регулярно вживає енергетичні напої різних виробників. Причому 29 % цих людей розповідають про регулярні «зриви» і «депресії», а 19 % повідомили про проблеми з серцево-судинною системою [3].

Та у фахівців не залишається сумнівів у тому, що їх все ж не можна споживати безконтрольно, на зразок води чи чаю, адже вплив «збуджуючого питва» на організм людини вивчено не до кінця. Науково доведено лише одне: «енергетики» не наповнюють нас енергією, як думає більшість, а всього-на-всього змушують наш організм витрачати внутрішні запаси сил, які він береже, як-то кажуть, на крайній випадок, для якихось естрених ситуацій. Тож витрачену енергію, необхідно обов'язково поповнювати, інакше в подальшому втоми, безсоння, роздратованості та депресії не уникнути. В мусульманських країнах «енергетики» заборонені, у Франції, Данії і Норвегії вони продаються тільки в аптеках, так як вважаються лікарським засобом, у США заборонили продаж енергетичних напоїв, які містять алкоголь. Не зайвим було б ввести певні обмеження на масове споживання подібної продукції і в Україні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Енергетичні напої. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до інформації: <http://uk.wikipedia.org/wiki>. – Назва з екрана. – Дата звернення 12.04.2017.
2. Попрощка Л. Поєднання алкоголю та енергетичних напоїв призводить до неочікуваних наслідків / Л. Попрощка // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до інформації: <http://www.wz.lviv.ua/articles/9008>. – Назва з екрана. – Дата звернення 12.04.2017.
3. Спеціалісти в області здоров'я і медицини розповіли всю правду про енергетичні напої. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до інформації: <http://poltava.info/news/poltava/item/2010/11/13/12-45-07/Spetsialisti-v-oblasti-zdorovya-i-meditsini-rozpovili-vsyu-pravdu-pro-energetichni-napoi.htm>. – Назва з екрана. – Дата звернення 12.04.2017.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ДЕРЕВ'ЯНИХ І ПЛАСТИКОВИХ ЄВРОВІКОН

О. В. Шеремет, ТЕМС-51м;

Н. В. Омельченко, науковий керівник, к. т. н., професор, завідувача кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Кожен споживач мріє про комфорт. Не важливо де він мешкає – в простій квартирі або приватному будинку, котеджі або пентхаусі, при цьому важливим є надійність і міцність будинку. Одним з основних факторів кліматичного комфорту приміщення є вікна. Хто і коли винайшов вікно достеменно не відомо, історія розповідає лише те, що було це у Римі. Спочатку основним призначенням вікна було освітлення приміщення і захист від кліматичних факторів. Часи змінюються, науковий прогрес не стоїть на місці. У ХХІ столітті споживачі звикли до комфорту і мобільності, тому до вікон висувуються нові вимоги. Початкове призначення стало основоположним, але до нього додалося безліч нових вимог і властивостей. Історія ринку вікон має мінливий характер. Споконвіку всі будинки прикрашали дерев'яні вікна, на зміну яких у середині ХХ століття прийшли пластикові вікна, які і сьогодні займають найбільшу його частку. Однак, за останні десять років все більше покупців відмовляються від метало-пластикових вікон та віддають перевагу дерев'яним.

Суперечка про те, які вікна кращі триває вже довгі роки. Дехто дотримується думки, що ПВХ шкідливий та синтетичний, інші – що ціна за дерево невиправдано висока, а сам матеріал обов'язково зіпсується під дією атмосферних чинників. Сучасні дерев'яні вікна – це надзвичайно складні конструкції, які поєднують у собі енергозбереження, комфорт і стиль. З'ясуванню переваг та недоліків кожного з виробів присвячене це дослідження. Розглянемо основні споживні властивості та показники якості вікон, щоб об'єктивніше підійти до вирішення поставленої мети.

За показником естетичність безперечною перевагу мають дерев'яні вікна, оскільки вікна з натурального дерева мають неповторну структуру, гарно поєднуються з меблями, дверима, паркетом, несуть в собі класичну вишуканість і функціональність. При цьому пластикові вікна також мають переваги, оскільки мають більшу лінійку кольорів і крім того є можливість використовувати технологію фотодруку, зокрема, пластикові вікна може мати штучну структуру під дерево.

Екологічність – даний показник є надзвичайно важливим для здоров'я і комфорту людини. За даним показником переваги мають дерев'яні вікна, оскільки масив деревини у вигляді євробрусу, з якого вони виготовляються – 100 % натуральні. При збиранні виробу дере-

вина просочується спеціальним екологічним і нешкідливим розчином, що запобігає її передчасному старінню та псуванню. Готові вироби покриваються, при використанні сучасних технологій, лаками на водній основі відомого в усьому світі виробника SIKKENS, які не виділяють шкідливих випарів і не перешкоджають повітрообміну. Тому дерево у вікнах залишається натуральним та екологічно чистим.

Енергозбереження, звукоізоляція та захист від сонця – надзвичайно важливі споживні властивості, бо вони сприяють зменшенню витрат на опалення взимку, а влітку зменшити необхідність використання кондиціонера. Розглядаючи данні показники необхідно віддати належне склопакету, адже саме він виконує цю функцію на 80 %. Однак доведено, що сучасні євровікна дерев'яної конструкції мають підвищену звукоізоляцію та енергозбереження.

Теплоізоляція – до цих пір деревина залишається кращим теплоізолятором, аналогів якому на будівельному ринку немає. Низький рівень теплопровідності виключає можливість виникнення термомостів у віконних рамах, а, отже, і виникнення конденсату.

Повітрообмін – за цим показником першість також необхідно віддати дерев'яним вікнам. Деревина проводить постійний обмін вологи та повітря, нормалізуючи кількість кисню в приміщенні. Дерев'яні рами «дихають», допомагаючи цим підтримувати природний рівень вологості. Повітрообмін відбувається крізь дрібні пори «живої» дерев'яної структури.

Зручність в обслуговуванні. Пластикові вікна не вимагають особливих засобів для догляду, а от на дерев'яні вікна для збільшення терміну служби бажано час від часу наносити спеціальні поліролі або лаки, які відновлюють спеціальне захисне покриття деревини. Якісна сучасна фурнітура дозволить зручно і комфортно користуватись будь-яким вікном – чи це пластикове чи дерев'яне, також спеціальна протизламна фурнітура унеможливить проникнення непроханих «гостей» через вікна.

Міцність – важливий показник, на який необхідно звернути увагу. Деревина, звичайно, міцніше ніж пластик, звідси ще один показник якості, який впливає на надійність, стійкість до будь-яких атмосферних дій та довговічність. Сучасні конструкції і якісна обробка гарантують надійність і довговічність дерев'яних євровікон. Дерев'яні євровікна витримують перепади температури від -50° до $+50^{\circ}$ і в разі довговічніше пластикових. На сьогоднішній день вирішені проблеми довговічності і стійкості фарб. Фарби, вироблені на базі водяних розчинників, є надстійкими і пропускають водяні пари. Вони зберігають свою відтінки навіть під дією ультрафіолетових променів.

Ще однією перевагою дерев'яних вікон є їх ремонтпридатність, саме ця властивість продовжує життя виробу і він може радувати господаря довгі роки.

Цінова політика виробів з дерева і метало-пластикових досить різниться. Метало-пластикові вікна дешевші від дерев'яних. Але виробники дерев'яних вікон намагаються всіляко пом'якшити цінову політику шляхом введення більш нових технологій, які зможуть здешиевити витрати, що в свою чергу може знизити їх ціну.

Отже, аналізуючи вищезазначене можемо констатувати, що наявні мінуси та плюси, як у дерев'яних, так і у метало-пластикових вікон. При цьому не йдеться про дискримінацію будь-якого з вище згаданих видів продукції, наводяться лише факти, а вибір залишається за споживачем.

АСОРТИМЕНТ ДЕКОРАТИВНО-ТКАНИХ ВИРОБІВ

Р. В. Шевченко, ТЕМСм кв – 61;

О. В. Калашник, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Художнє декоративне ткацтво в Україні поширене з давніх-давен. Протягом століть цей вид народного мистецтва розвивався, удосконалювались технічні прийоми виготовлення тканин, збагачувались їх орнаментальні та колористичні рішення [1]. Вироби українського народного декоративного ткацтва (метражні та поштучні) – найпоширеніший вид декоративно-ужиткового мистецтва [2].

За характером виготовлення, прийомами художньої обробки, виділяють 2 основні групи тканих виробів: візерункове ткацтво – килими, гобелени, тканні прямі вироби – рушники, покривала, скатертини, серветки; художнє шиття – предмети культового призначення, художні тканини, вишивка, народний одяг тощо [3].

Основними способами оздоблення тканин та виробів народного декоративного ткацтва є вибілювання, фарбування пряжі або виробу, візерунчасте ткацтво, вибійка, ручний розпис, вільний розпис, фото-фільмдрук, аплікація тощо [2].

У роботі [2] вироби художнього ткацтва за функціональним призначенням поділяють на:

- одягові – полотна, сукна і тканини для окремих одягових виробів, їх доповнення (запасака, крайка, плахта, фартух, чільник, дерги тощо);
- інтер'єрні – відзначаються характерними художніми особливостями. Виконуючи утилітарно-практичну функцію, вони є важливими декоративно-символічними товарами в інтер'єрі [2].

Такий же поділ представлений у роботі Щериля Л. [4], яка виділяє дві групи тканих виробів: для виготовлення одягу та призначені для обладнання і прикрашання житла. Також за призначенням серед тканих виробів інтер'єрного призначення виділяють постільні тканини (наволочки, ліжники, покривала, верети, хідники), покривала (скатерті, настільники, полавники) і настінні декоративні тканини (рушники і

килими). Також особливістю цієї наукової праці є визначення джерел етнічної своєрідності української культури, що формується через декоративні особливості, естетична значимість, семантика орнаментів, загальноетнічний і міжетнічний аспекти художнього змісту. Вироби художнього декоративного ткацтва України є етнічними символами, досить виразним виявом локальної різноманітності народної культури, фіксують її багатство й приналежність до конкретного регіону.

Інший автор [3] поділяє художні тканини за призначенням на:

- вироби для оздоблення житла: настінні, столові, постільні, кухонні приналежності;
- культові приналежності: одіяння священиків, покрова, плати, корогви тощо;
- обрядові приналежності: прапори, вимпели, стрічки тощо;
- одяг;
- речі особистого призначення.

Окрім того, за ДСТУ 1647 [5] вироби українського народного декоративного ткацтва поділяють за видом сировини, що використовують для їх виробництва, на лляні, напівлляні, бавовняні, вовняні, віскозні, напіввіскозні, з пряжі хімічних та змішаних волокон.

Таким чином, аналіз джерел літератури дозволив виділити основні ознаки класифікації виробів декоративно-тканих, а саме: функціональне призначення; способи виготовлення; волокнистий склад; прийоми художньої обробки та способи оздоблення; художні особливості тканих виробів основних центрів народного мистецтва; види.

Список використаних інформаційних джерел

1. Українське ткацтво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.sovfarfor.com/dekorativno-prikladne-mistectvo/229-ukrankske-tkactvo.html>. – Назва з екрана.
2. Полікарпов І. С. Вироби народних промислів України / І. С. Полікарпов, Є. М. Стефанюк, О. О. Тимченко. – Львів : вид-во ЛКА, 2003. – С. 306.
3. Товарознавство сувенірів та товарів народних художніх промислів [Текст] : Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт для студентів напряму підготовки «Товарознавство і торговельно-підприємництво» денної і заочної форми навчання / уклад. О. В. Пахолок. – Луцьк : Луцький НТУ, 2016. – С. 28.
4. Щериля Л. Народні тканини хатнього використання українців Буковини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/Pssiae_2012_2_22%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/Pssiae_2012_2_22%20(1).pdf). – Назва з екрана.
5. ДСТУ 1647-97 Вироби українського народного декоративного ткацтва. Метражні та штучні. Загальні технічні умови [Текст]. – Вид. офіц. – Чинний від 1998-01-01. – Київ : Держспоживстандарт України, 1997. – 38 с. – (Національний стандарт України).

АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ШАМПУНІВ

К. Г. Петрова, ТЕМСм кв – 61;

О. В. Калашник, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Серед основних критеріїв косметичних засобів, що визначають формування купівельного попиту, підходи до оцінювання їх якості та безпечності, фахівці відзначають реквізити маркування. Наразі споживачі давно засвоїли, що під час придбання косметичних засобів треба дуже уважно ознайомитися з інформацією на упаковці й етикетці товару, перевірити терміни випуску та придатності продукції, компоненти, що присутні в складі, особливості застосування [1].

Маркування косметичної продукції здійснюється різними способами: шляхом нанесення інформаційного тексту для споживача у вигляді закодованих або незакодованих текстових написів, а також цифрових, кольорних чи інших графічних позначень на упаковку, яка називається споживчою, з урахуванням вимог [2]. Тому для доведення відомостей про косметичну продукцію до суб'єктів ринкових відносин застосовують різноманітні форми товарної інформації: словесну; цифрову; образну; символічну; штрихову. Кожна із зазначених форм характеризується як перевагами, так і недоліками [3].

У якості об'єкту аналітичного дослідження обрана інформація, що вказана на пакуванні шампуню Schauma Schwarzkopf&Henkel anti-dandruff intensive (Німеччина), а саме:

– *словесна* – назва і призначеність виробу (шампунь Schauma Schwarzkopf&Henkel anti-dandruff Intensive); назва виробника і його місцеперебування і/або місця виготовлення продукції, а також назву та місцеперебування заявника (Шварцкопф&Хенкель, Німеччина); імпортер в Україні – ТОВ «Хенкель Україна», вул. Саксаганського, 120, м. Київ, Україна, 01032, тел. 0800210035; перелік компонентів, які входять до складу піномийного засобу (Aqua, Sodium Laureth Sulfate, Cocamidopropyl Betaine, Sodium Chloride, PEG-7 Glyceryl Cocoate, Hydrolyzed Keratin, Glycine, Panthenol, Zinc Pyrithione, Sodium Benzoate, Citric Acid, Hydrogenated Castor Oil, Parfum, Guar Hydroxypropyltrimonium Chloride, Sodium Polynaphthalenesulfonate, Limonene, Linalool, Butylphenyl Methylpropional, Propylene Glycol, Methylisothiazolinone); спосіб застосування (масажуючи, нанесіть на вологе волосся, ретельно змийте);

– *цифрова* – код (номер) партії ПК продукції (0905174851); номінальний уміст парфумерно-косметичного засобу (400 мл); дата виготовлення (місяць, рік) та термін придатності, або «придатний до» (місяць, рік) (виготовлено за 3 роки до дати кінцевого споживання,

вказаної на упаковці (01/20); штрих-код піномийного засобу (3838824208985);

- *образна* – зображення чоловіка з гарним волоссям;
- *символьна* – товарний знак виробника; інформація щодо сертифікування виробу; особливі застережні заходи; символ International Chamber of Commerce – найбільшої в світі бізнес-організації; відкрий та використуй 12 місяців; упаковку цього товару настійно рекомендують викинути в урну; можливість утилізації упаковки;
- *штрихова* – штрих-код піномийного засобу.

Таким чином, інформація про шампунь Schauma Schwarzkopf&Henkel anti-dandruff intensive (Німеччина) представлена у вигляді словесної; цифрової; образотворчої; символічної; штрихової форм.

Вимоги до маркування шампунів в Україні регламентують ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови [4] та ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання [5].

Аналіз реквізитів маркування показав, що на пакуванні шампуню Schauma Schwarzkopf&Henkel anti-dandruff intensive (Німеччина) не зазначений такий обов'язковий реквізит як позначка стандарту, тому цей косметичний засіб не відповідає вимогам нормативної документації [4, 5].

Список використаних інформаційних джерел

1. Загадочные значки и символы на упаковке косметической продукции [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.korolevpharm.ru/articles/297-zagadochnye-znachki-i-simvoly-na-upakovke-kosmeticheskoy-produktsii.html>. – Назва з екрана.
2. Маркировка профессиональной косметики при фасовке и упаковке [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.korolevpharm.ru/articles/145-markirovka-professionalnoj-kosmetiki.html>. – Назва з екрана.
3. Виды, формы и средства товарной информации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://partnerstvo.ru/lib/pp/?q=node/30>. – Назва з екрана.
4. ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови [Текст] / розроб. О. Гудзь [та ін.]. – Офіц. вид. – Чинний від 01.07.2005. – Київ : Держспоживстандарт України, 2005. – III, 8 с. – (Національний стандарт України).
5. ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична; Пакування, маркування, транспортування і зберігання [Текст]. – Вид. офіц. – Чинний від 2009-01-01. – Київ : Держспоживстандарт України, 2009. – III, 6 с. – (Національний стандарт України).

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА КРАБОВИХ ПАЛИЧОК НА ЇХ ЯКІСТЬ

О. Р. Пивовар, ТЕМС м -51;

О. П. Юдічева, науковий керівник, к. т. н, доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Історія створення крабових паличок починалася в Японії. Саме там у 1939 р. вперше вирішили створити банк аромату крабів. Виробництво крабового м'яса в промислових масштабах є не вигідним, оскільки в крабах міститься дуже мало м'яса. Тому пізніше вирішили виготовляти палички з м'яса риби, а конкретно з рибного фаршу – сурімі. У перекладі з японської слово «сурімі» означає «промита перемелена риба».

Незважаючи на те, що вітчизняний споживач знайомий з крабовими паличками вже більше 20 років, поняття терміну «сурімі» йому, як і раніше, залишається незрозумілим. Разом з тим сурімі – основний компонент крабових паличок, без якого їх виробництво є неможливим. Існує думка, що сурімі – це продукт, отриманий з відходів переробки риби, і з цієї причини крабові палички – смачний, але не корисний продукт. Але це не так. Сурімі – це концентрований рибний білок, очищений від жиру, крові, ферментів, швидкорозчинних компонентів. І, як будь-який білок, сурімі відрізняється високою драглеутворюючою здатністю і еластичністю; має білий колір і знеособлені смак і запах [1].

Сурімі виготовляють тільки з філе свіжовиловленої океанічної риби певних родин. Філе риби повинно мати низький вміст жиру, високу щільність, білий колір, тому не всі родини риб придатні для виробництва сурімі. Найбільш якісне сурімі виробляють з риби родин тріскових (минтаю, хека, путасу) і з деяких тропічних риб. Придатними для виробництва сурімі є тихоокеанська ставрида, сардина, гігантський кальмар, але готова продукція з них буде мати слабші драглеутворюючі властивості або більш темний колір [2].

На якість крабових паличок, крім сировини, впливає також і чітке дотримання всіх технологічних процесів під час виготовлення. По-перше, риба повинна бути перероблена в сурімі за 6–10 годин з часу її лову (або відділене філе піддають заморозуванню). Філе ретельно промивають, знежирюють, підсушують і перемелюють в однорідну масу. Фарш багаторазово промивають, сепарують і рафінують задля видалення жиру, барвних речовин і ферментів, які можуть сприяти появі гіркого смаку під час зберігання готового продукту. Також відбувається видалення шкіри, кісточок і чорної плівки, які надають фаршу темного кольору. Після такої обробки одержують масу з високою драглеутворюючою здатністю і еластичністю. До підготовленого фаршу за рецептурою додають воду питну очищену, крохмаль, олію

дезодоровану, яєчний і рослинний білок, сіль, цукор, різні харчові добавки (натуральні або ідентичні їм). Всі компоненти перемішують до однорідного тіста у спеціальному вакуумному кутері (в окремому кутері готують тісто, підфарбоване карміном і олією смоли паприки) [3]. Беруть до уваги те, що у готовому продукті вміст рибного фаршу повинен складати 45–50 % (мінімально допустиме значення – 25 %).

Основне і підфарбоване тісто формують у вигляді пласта у спеціальних камерах за температури біля 90 °С. Готові листи охолоджують, скручують, загортають у плівку і нарізають на палички визначеної довжини. Крабові палички пакують під вакуумом, а упаковані – пастеризують у паровому тунелі за температури 95 °С, а потім охолоджують до 10 °С. Потім продукцію піддають шоківому заморожуванню в швидкоморозильному апараті при температурі –40 °С. Слідкують за тим, щоб час заморожування не перевищував 30–40 хв, збільшення часу заморожування може призвести до утворення кристалів льоду у продукті і стати причиною крихкої консистенції у розмороженому продукті [3].

Такти чином, якість крабових паличок залежить не лише від якості використаної основної і додаткової сировини, а також і від чіткого дотримання всіх технологічних процесів під час виготовлення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Виробництво крабових паличок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://russiahousenews.info/voprosi-i-otveti/istoriya-krabovie-palochki>. – Назва з екрана.
2. Історія виробництва крабових паличок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://animalworld.com.ua/news/Istoriya-sozdaniya-krabovuyh-palochek>. – Назва з екрана.
3. Чернік В. Г. Крабові палички, сурімі – що це насправді / В. Г. Чернік, Ю. І. Данчук [Електронний ресурс] : Платинова Буковина: портал міста Чернівці та Буковини. – Режим доступу: <http://bukovina.biz.ua/news/2330>. – Назва з екрана.

ПОРІВНЯННЯ ХІМІЧНОГО СКЛАДУ КИСЛОМОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ ЗМІШАНОГО БРОДІННЯ

А. С. Божко, ТЕМС м-51;

О. П. Юдічева, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Бродіння змішаного типу – бродіння, що є характерним для бактерій родів *Enterobacter*, *Serratia*, *Pectobacterium*, *Pantoea*, *Erwinia* тощо. Під час такого бродіння синтезується значно менша кількість органічних кислот, але утворюється більше CO₂ і етанолу [1].

До кисломолочних продуктів змішаного бродіння відносять кефір та кумис. На відміну від інших видів дієтичних продуктів кефір і кумис виготовляють із застосуванням природної симбіотичної закваски: кефірних грибків або кумисної закваски. Після внесення кефірних грибків чи кумисної закваски в молоці починається не тільки молочнокисле, але й спиртове бродіння, наслідком якого є накопичення значної кількості етилового спирту. За вмістом спирту вирізняється кумис – у витриманому напої настільки багато етанолу, що він може викликати сп'яніння. Поєднання молочної кислоти, яка утворюється під час молочнокислого бродіння, вуглекислоти та спирту зумовлюють утворення специфічного освіжаючого, злегка гострого смаку і сметаноподібної, пінистої консистенції продуктів цієї групи. Лікувальні властивості кефіру, а особливо кумису, пов'язують з накопиченням антибіотичних речовин (зокрема, нізину).

Кефір – найбільш розповсюджений в нашій країні кисломолочний продукт. Його виробляють сквашуванням молока симбіотичною закваскою на кефірних грибах або концентратом грибкової кефірної закваски.

Кумис – кисломолочний напій, який отримують із молока кобилиць. Цілющі властивості кумису можна пояснити особливостями хімічного складу молока кобилиць. Під час заквашування молока кобилиць кумисною закваскою спостерігається накопичення вітамінів С, А, В₁, В₂, В₁₂, а також антибіотичних речовин, які продукуються основними мікроорганізмами закваски [2]. У табл. 1 наведено хімічний склад кисломолочних продуктів змішаного бродіння

Таблиця 1 – Хімічний склад кисломолочних продуктів змішаного бродіння

Вміст основних речовин	Кефір з вмістом жиру 3,2 %	Кумис із молока кобилиць
Вода, %	88,3	90,5
Білки, %	2,8	1,6
Жири, %	3,2	1,0
Вуглеводи (лактоза), %	4,1	5,0
Зола, %	0,7	0,5
Мінеральні речовини, мг/100 г		
Натрій	50	34
Калій	146	77
Кальцій	120	94
Магній	14	25
Фосфор	95	60
Залізо	0,1	0,1
Вітаміни		
А	0,02	0,03

Вміст основних речовин	Кефір з вмістом жиру 3,2 %	Кумис із молока кобилниць
В-каротин	0,01	0,01
B ₁	0,03	0,02
B ₂	0,17	0,04
РР	0,14	0,07
С	0,7	9,0

Як видно з даних табл. 1 кумис містить більшу кількість лактози (молочного цукру), магнію, вітамінів А і С порівняно із кефіром з вмістом жиру 3,2 %. Кефір, в свою чергу, відрізняється підвищеним вмістом білків, жирів, калію, кальцію, фосфору і вітаміну РР.

Таким чином, кисломолочні продукти змішаного бродіння – це напої з відмінними органолептичними показниками, збалансованим хімічним складом і лікувальними властивостями.

Список використаних інформаційних джерел

1. Брожение у микроорганизмов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bio.bsu.by. – Назва з екрана. – Дата звернення: 20.04.2017.
2. Продукты змішаного бродіння [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mybiblioteka.su/1-85968.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення: 20.04.2017.

ЕКСПЕРТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ВИНОГРАДУ СТОЛОВОГО ЗА ОРГАНОЛЕПТИЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ

Н. С. Панченко, ТЕМС с кв -51;

О. П. Юдічева, науковий керівник, к. т. н., доцент,
доцент кафедри експертизи та митної справи;

Н. О. Кузнецова, науковий керівник, асистент кафедри
експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Харчова і дієтична цінність винограду обумовлена високим вмістом цукрів, переважно глюкози, і помірним вмістом кислот, в основному, винної. Гармонійне поєднання цукрів і кислот надає ягодам приємного солодко-кислого смаку. У ягодах винограду міститься значна кількість мінеральних речовин – калію, кальцію, магнію, фосфору, заліза. Але найбільше ягоди цінують за високий вмістом калію (255 мг/100 г). Поліфеноли (дубильні і деякі барвні речовини) винограду мають Р-вітамінну активність. Ягоди відрізняються дієтичними і лікувальними властивостями. Їх вживають при виснаженні, знесиленні, туберкульозі легень, бронхіальній астмі, хворобах печінки і нирок, запальних захворюваннях шлунково-кишкового тракту [1].

Особливістю столових сортів є помірне, але гармонійне поєднання кислот і ароматичних речовин, наявність великих, красивих грон з великими ягодами, в яких міститься незначна кількість насінин [1].

Мета дослідження – провести експертні дослідження якості винограду столового за органолептичними показниками.

Об'єкт дослідження – виноград столовий ампелографічного сорту Королева виноградників (Туреччина).

Цей сорт призначений переважно для вирощування у районах з кліматом, що є придатним для виноробства. Тут він утворює великі нещільні грона з жовтуватими ягодами, що мають мускатний присмак.

Виноград столовий за ампелографічними сортами поділяється на три групи: першу, другу і третю, а залежно від якості – на два товарних сорти: перший і другий. Виноград першого і другого товарного сорту повинен бути одного ампелографічного сорту.

Експертні дослідження якості проводили за наступними показниками – зовнішній вигляд, масова частка грон з порушеною цілісністю, масова частка ягід, що обсыпалися, масова частка ягід з тріщинами, наявність гнилих ягід відповідно до ГОСТ 32786-2014 (UNECE STANDARD FFV-19:2010) Виноград столовий свіжий. Технические условия [2].

Результати дослідження наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Результати експертного дослідження винограду столового ампелографічного сорту Королева виноградників за органолептичними показниками

Назва показника	Характеристика дослідного зразка
Зовнішній вигляд	Грона цілі, характерні для ампелографічного сорту. Ягоди свіжі, зрілі, нормально розвинені, цілі, пружні, чисті, здорові, без зайвої зовнішньої вологості, без стороннього запаху і присмаку
Масова частка грон з порушеною цілісністю, % від маси	9
Масова частка ягід, які обсыпалися, % від маси	5
Масова частка ягід з тріщинами, % від маси	2
Наявність гнилих і роздавлених ягід	Не виявлено

Таким чином, дослідний зразок винограду столового ампелографічного сорту Королева виноградників (Туреччина) за органолептичними показниками відповідає вимогам ГОСТ 32786-2014 (UNECE STANDARD FFV-19:2010) Виноград столовий свіжий. Технические условия [2] для першого сорту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Справочник товароведа продовольственных товаров [Текст] : В 2-х т. / В. В. Андрест, И. Л. Волкинд, В. З. Гарнецков. – 2-е изд., перераб. – Москва : Экономика, 1987. – Т. 1. – 368 с.
2. ГОСТ 32786-2014 (UNECE STANDARD FFV-19:2010) Виноград столовый свежий. Технические условия. – Взамен ГОСТ 25896-83; – Введен 01.01.2016. – Москва : Стандартинформ, 2016. – 8 с. – (Межгосударственный стандарт).

ВИВЧЕННЯ АСОРТИМЕНТУ БЕЛЬГІЙСЬКОГО ПИВА В УКРАЇНІ

Р. В. Сальніков, ТЕМС с-51;

О. П. Юдічева, науковий керівник, к. т. н, доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В Україні бельгійське пиво реалізують під брендом «Hoegaarden», що належить корпорації Anheuser-Busch InBev, яка входить до п'ятірки найбільших міжнародних холдингів з виробництва споживчих товарів і посідає провідні позиції в галузі пивоваріння. Пиво Hoegaarden має власний асортимент [1]:

а) «Hoegaarden Original White». До його складу входять: мінеральна вода, солод ячмінний пивоварний світлий, солод пшеничний пивоварний, хміль, пшениця, аскорбінова кислота, апельсинова цедра, коріандр та інші спеції. Хугарден біле – це класичний варіант пива Хугарден. Світле нефільтроване пиво, якому притаманні димчастий колір і смак справжнього білого пшеничного пива. Відразу після наповнення цим напоєм келиха утворюється біла шапка щільної піни, яку можна їсти ложкою. У пиві дуже добре відчувається аромат citrusових плодів і менш помітно запах стиглої пшениці, які є його ідентифікаційними ознаками. Смак пива дуже м'який, без гіркоти, хміль не відчувається, зате відчувається легка кислинка і легкий присмак фруктів;

б) «Hoegaarden Grand Cru». До складу входять: мінеральна вода, солод ячмінний пивоварний світлий, солод пшеничний пивоварний, хміль, пшениця, аскорбінова кислота. Це пиво, порівняно з класичним Хугарденом, є більш насиченим і яскравим за смаком і кольором. Букет пива Хугарден Гранд Кру поєднує аромати фруктів, пшениці, солоду, спецій, citrusових плодів і, навіть, сіна. Колір пива золотистий, воно каламутне з дріжджовим осадом. На смак це пиво нагадує глінтвейн – дуже ніжне, з присмаком спецій і без гірчинки, що властива пиву [1];

в) «Hoegaarden Forbidden Fruit». Склад: мінеральна вода, солод ячмінний пивоварний світлий, солод пшеничний пивоварний, хміль, пшениця, аскорбінова кислота, апельсинова цедра. Це пшеничне не

фільтроване пиво містить у своєму складі спеціальний набір особливих спецій і фруктові добавки. Пиво має приглушений червоний колір і яскраво виражений фруктовий запах з нотками пшениці та хмелю. Зазначене пиво в Україні не дуже популярне, оскільки нагадує вино.

г) «Hoegaarden Blanche» – найстаріший і найвідоміший напій бельгійської компанії Хугарден що являє собою не фільтроване біле пшеничне пиво, яке завдяки світлому кольору і рекомендованій низькій температурі вживання називають «холодним сонцем». Пиво рекомендується подавати у спеціальних шестигранних келихах, перед вживанням його охолоджують до 2–3 °С. У Бельгії до пива пропонують скибочку лимона та спеціальний товчачик, за допомогою якого на дно келиха вичавлюють сік із лимона. Основною сировиною для його виробництва є не пророщена пшениця (її частка становить дещо менше ніж 50 %), ячмінний солод і несолоджений компонент із вівса. Також до складу пива входять цедра апельсина та коріандр (надають напою приємного кислуватого смаку та привабливого аромату). Пиво не фільтрують, тому воно виходить каламутним [1].

Нещодавно компанія «Sun InBev Ukraine» розпочала імпорт в Україну безалкогольного напою «Hoegaarden 0,0 %» і не фільтрованого пива Hoegaarden Rosee, що має насичений аромат малини, а за складом подібне до оригінального пшеничного пива. Розширення асортименту має на меті заповнення ніші імпортного пива, адже український споживач став більш вимогливим.

Список використаних інформаційних джерел

1. Компанія InBev [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ab-inbev.com/our-brands/hoegaarden.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 20.04.2017.

ВИВЧЕННЯ ВМІСТУ ТОКСИЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЯК ПОКАЗНИКА БЕЗПЕЧНОСТІ М'ЯСНИХ КОНСЕРВІВ

В. В. Фелоненко, ТЕМС м-51;

О. П. Юдічева, науковий керівник, к. т. н, доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Існують певні хімічні сполуки, наявність підвищеного вмісту яких в харчових продуктах, є небезпечним для здоров'я людей. Національні стандарти на харчові продукти і, зокрема на м'ясні консерви, містять чітке нормування показників безпечності, тобто вмісту токсичних елементів, пестицидів, радіонуклідів, гормональних препаратів та антибіотиків.

Токсичні елементи – це група, яка включає в себе найбільш шкідливі для людей важкі метали, зокрема, свинець, кадмій, миш'як, ртуть,

мідь, цинк, олово. Ці сполуки здатні ушкоджувати різні органи людини і погіршувати самопочуття.

При хронічних отруєннях свинцем відзначається загальна слабкість, блідість шкірних покривів, болі в животі, «свинцева облямівка» країв ясен, анемія, порушення функції нирок. Відзначено також зниження розумових здібностей, агресивна поведінка і інші симптоми. Встановлено, що хронічна інтоксикація настає при споживанні 1–8 мг свинцю на добу. Сvineць, як і ртуть, має кумулятивні властивості. Сvineць накопичується в кістках у вигляді нерозчинних трьохосновних фосфатів. Гостре отруєння ртуттю проявляється через кілька годин після початку отруєння. Симптоми є загальна слабкість, відсутність апетиту, головний біль, біль під час ковтання, металевий присмак у роті, слиновиділення, набряк і кровоточивість ясен, блювання. Зазвичай з'являються сильні болі в області живота, слизовий пронос (іноді з кров'ю). Часто спостерігається запалення легенів, катар верхніх дихальних шляхів, біль у грудях, кашель, часто сильна лихоманка. Тривале вдихання кадмію починає проявлятися симптомами, схожими на застуду: підвищення температури, лихоманка, болі в м'язах. Пізніше розвивається пошкодження легень: біль у грудях, кашель. У важких випадках пошкодження легенів призводить до смерті хворого [1].

Особливого значення вміст токсичних елементів набуває у м'ясних консервах, адже для їх фасування дуже часто використовують різну металеву тару, якість якої не завжди відповідає високим вимогам і може призвести до міграції металів у продукт.

Згідно ДСТУ 4450:2005. Консерви м'ясні. М'ясо тушковане [2], вміст токсичних елементів в консервах не повинен перевищувати допустимих рівнів, що наведені у табл. 1.

Таблиця 1 – Гранично допустимі рівні вмісту токсичних елементів у консервах м'ясних

Назва токсичного елемента	Граничний допустимий рівень, мг/кг, не більше ніж	
	у скляній, алюмінієвій або суцільнотягнутій бляшаній банці	у збірній бляшаній банці
Сvineць	0,50	1,00
Кадмій	0,05	0,10
Миш'як	0,10	0,10
Ртуть	0,03	0,03
Мідь	5,00	5,00
Цинк	70,00	70,00
Олово	—	200,00

Як видно з даних табл. 1 вміст токсичних елементів нормується залежно від виду тари і не повинен перевищувати: 0,5–1,0 мг/кг (для

свинцю), 0,05–0,1 мг/кг (для кадмію), 0,1 мг/кг (для миш'яку), 0,03 (для ртуті), 5 мг/кг (для міді), 70 мг/кг (для цинку) і 200 мг/кг (для олова, якщо консерви фасовані у збірні бляшані банки).

Отже, токсичні елементи, зокрема свинець, кадмій, миш'як, ртуть, мідь, цинк, олово при надлишковому надходженні до організму людини можуть погіршити самопочуття і призвести до тяжких наслідків, тому їх нормування у продуктах харчування і, зокрема м'ясних консервах, є дуже важливим. Адже визначення показників безпечності під час експертних досліджень проводиться з метою забезпечення споживачів лише безпечними продуктами харчування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Експертиза м'ясних консервів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ua-referat.com/>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 20.04.2017.
2. Консерви м'ясні. М'ясо тушковане. ДСТУ 4450:2005 [Чинний від 01-11-2005]. – Київ : Держспоживстандарт України, 40 с. – (Національний стандарт України).

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ТА СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ СПІНІНГІВ

В. С. Кривобок, ТЕМС м кв-61;

А. С. Браїлко, науковий керівник, к. т. н., доцент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасне ловлення риби багате різноманітністю методів, підходів та способів лову, кожен з яких вимагає особливого підходу, відповідних знань та снастей. Проте, у будь-якому методі лову риби головним елементом є вудочка, або вудлище. Вудлища поділяються на: спінінги, фідери, пікери, махові вудочки, штекерні, болонські, матчеві, карпові, нахлистові, зимові тощо [1]. Ловлення риби на спінінг дуже популярний і захоплюючий вид рибалки. Спінінгом ловлять як прісноводну так і морську хижку рибу [2]. Наразі найбільшою популярністю користуються наступні спінінгові бренди: «Lamiglas», «G Loomis», «Fenwick», «Fin-Nor» (США), «Hardy» (Англія), «Daiwa» (Японія), «Abu Garcia» (Швеція), «Favorite» (Китай) [3, 4].

Світовий лідер виробництва снастей для спінінгового ловлення, умовно поділяє їх на чотири основних класи: ультралегкі, легкі, середні й важкі, але є ще два проміжні. За основу поділу беруть оптимальну вагу приманки, яка в основному визначає тест спінінга (діапазон ваги приманок, для яких призначено даний спінінг) [5]. У різних виробників існують свої критерії поділу спінінгів в залежності від їх тесту до різних класів, але найчастіше застосовується наступна класифікація: надлегкі (UL – Ultra Light) – до 7 г; легкі (L – Light) – до 10,5 г; се-

редньо-легкі (ML – Moderate Light) – до 4–17 г; середні (M – Moderate) – до 18–21 г; середньо-важкі (MH – Moderate Heavy) – до 28 г; важкі (H-Hard) – до 35–42 г; надважкі (XH – Extra Heavy) – понад 42 г [5, 6].

Спінінги поділяють на одноручні і дворучні. Довжина одноручних, як правило, не перевищує 2,8 м і закидається з однієї руки, а дворучні мають довжину 3–4 м і закидаються двома руками. Також вони можуть бути одноколіними (суцільними) або складними (мати два і більше колін). З'єднання колін спінінга буває штекерне та телескопічне. Штекерні спінінги є більш популярними.

Виготовляють спінінгові вудлища з різних матеріалів: металевих сплавів, скловолокна, вуглепластика (карбону). Вуглепластикові (карбонові) вудлища особливо популярні серед рибалок, тому що, мають найбільш високі технічні характеристики. Найбільш зручними вважаються вудлища з пробковою рукояткою – цей матеріал дуже легкий і не ковзає в руці.

Робоча частина вудлища спінінга оснащена пропускними кільцями, через які проходить жилка. Кільця мають бути легкими, міцними і дуже гладкими. Якщо діаметр і кількість кілець підібрані правильно, чутливість спінінга підвищується. Основними функціями кілець є зменшення тертя і зносу жилки, а також розподіл навантаження між жилкою і вудлищем.

Основною характеристикою вудлища є його стрій. Розрізняють чотири види строю: повільний, середній, швидкий і надшвидкий. Стрій залежить від довжини і товщини вудлища, а також від матеріалу, з якого воно виготовлено. Є також вудлища, в яких можна змінювати стрій, за рахунок заміни колін з різною жорсткістю. Такі вудлища називають універсальними [7].

Деякі виробники зазначають на спінінгах рекомендований спосіб ловлення (наприклад джиг, твічінг тощо). Таким чином, від правильного вибору спінінгу у великій мірі і залежить успіх ловлення риби.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вибір та купівля вудочки чи вудилища для рибалки [Електронний ресурс] : Hunting. Fishing and outdoor equipment. Вудочки. спінінги. фідери. Вудилища для рибалки. – Режим доступу: <http://hfostore.com/rybalka/vudylyshcha.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 20.02.2017.
2. Спінінг. Знайомство. класифікація і вибір вудилища [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrainianfishing.com.ua/snastidlya-ribalki/spining/spining-znayomstvo-klasifikatsiya-i-vibir-vudilishha.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 23.02.2017.
3. Який спінінг краще купити? Вибір фірми. важливих параметрів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poradumo.com.ua/192657-iakii-spining-krashe-kypiti-vibir-firmi-vajlivih-parametriv/>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 23.02.2017.

4. Огляд спінінгів Favorite для твичинга, джига та ультралайта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fishing.pp.ua/oglyad-spiningiv-favorite-dlya-tvichinga-dzhiga-ta-ultralajta/>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 23.02.2017.
5. Класифікація спінінгів Shimano [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://paryzh.com/klasifikatsiya-spiningiv-shimano-vse-pro-vibori-spininga/>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 20.02.2017.
6. Що таке тест спінінга? [Електронний ресурс] : Hunting. Fishing and outdoor equipment. – Режим доступу: <http://fishingtips.org.ua/spininhscho-take-test-spininha.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 20.02.2017.
7. Спінінг. Знайомство, класифікація і вибір вудилища [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrainianfishing.com.ua/snastidlya-ribalki/spining/spining-znayomstvo-klasifikatsiya-i-vibir-vudilishha.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 23.02.2017.

ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО РИНКУ ВИНА В УКРАЇНІ

М. С. Мельник, ТЕМС м кв-61;

А. С. Браїлко, науковий керівник, к. т. н., доцент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Французькі, італійські, іспанські вина мають репутацію найбажаніших у багатьох державах, однак така усталена практика зовсім не свідчить про відсутність в українських виноробів можливості реалізовувати продукцію на ринку Європи. Рівень споживання продукції виноградарства в Європейському союзі кожного року зростає на 3,1 %, а відтак зі збільшенням попиту зростають і експортні можливості українських виноробів [1].

У 2015 р. до найбільших країн-покупців вина, виробленого в Україні, відносилися Грузія, Азербайджан і Німеччина. Загалом, виноробство у 2015 р. продемонструвало збільшення доходів після двох років послідовного зниження, експорт вин і алкогольних напоїв досяг рівня 11,7 млрд євро. Такими чином, за показником позитивного балансу галузь поступається лише авіабудуванню. Тим не менш, серед традиційних вин (без урахування шампанського) спостерігається зниження фізичних обсягів експорту на 5,2 %. За 15 років обсяги експорту французьких вин та алкогольних напоїв знизилися на 44 %. В той же час вартість експорту французького алкоголю знизилася на третину. Чилі, Аргентина, Австралія – збільшили виробництво вина [2].

Виробництво алкогольних напоїв зростає в Україні у зв'язку із частковою переорієнтацією споживачів з імпортних напоїв, що зросли в ціні через девальвацію гривні майже вдвічі, на українські аналоги. Ще одна причина зростання виробництва – завершення процесу пере-

несення кримськими виробниками своїх підприємств з півострова, що був анексований у 2014 р., на материк. Перереєстровано й торгові марки. Усі напої розливаються на потужностях конкурентів.

З 1 березня 2016 р. акцизи на лікєро-горілочані вироби зросли на 50 % і становлять 105,8 грн за літр 100 % спирту. Ці кроки спровокували зростання цін на алкоголь приблизно на третину. Більшість компаній змогли пристосуватися до нових курсів іноземних валют та пропонують українцям дешевші напої іноземного виробництва. Інші – пристосувалися до нових реалій і роблять ставку на найбільш доступні позиції. Окрім того, на ринку з'являються інвестори, які готові вкладати кошти у відкриття нових компаній з імпорту алкогольних напоїв.

У 2016 р. більшість нелегальної алкогольної продукції завозилася через самопроголошені республіки ДНР та ЛНР, менша частина – вироблялася всередині країни. Спосіб боротьби з нелегальною алкогольною продукцією на ринку України визначено: використання електронної акцизної марки; електронної накладної; посилення контролю [3].

У 2016 р. Україна імпортувала вин на 85,27 млн дол. США, що у 1,5 рази більше, ніж у 2015 р. У кількісному вираженні поставки також зросли з 23,3 млн л у 2015 р. до 43,1 млн л у 2016 р. Імпорт ігристих вин склав 14,86 млн дол. США (2,73 млн л). Основним імпортером вина в Україну другий рік поспіль залишається Італія. Близько 50 % всього імпорту вина надходить саме з Італії. Поставки досягли 24,46 млн дол. США (7,35 млн л). Французьких вин було завезено на 13,17 млн дол. США (2,73 млн л). Поставки вина з Грузії в Україну становили 12,16 млн дол. США (4,58 млн л). В 2016 р. до 10 найбільших імпортерів вина увійшли такі нові країни, як Литва і Португалія, потіснивши при цьому Аргентину та Австралію.

Обсяги експорту українських вин у 2016 р. знизилися. Якщо у 2015 р. поставки досягали 38,13 млн дол. США (61,23 млн л), то у 2016 р. експорт склав 24,7 млн дол. США (31,57 млн л). Таке різке скорочення експорту відбулося через падіння поставок до Росії, яка завжди була основним споживачем вин України. Українські виробники у 2016 р. переорієнтували експорт на інші країни. Китай став одним з основних покупців – за 2016 р. було поставлено вина на 1 млн дол. США (618 тис. л). У п'ятірку найбільших країн-покупців вина, виробленого в Україні, входить Грузія, Азербайджан і Німеччина [4].

Список використаних інформаційних джерел

1. Ключко Т. Українське вино на ринку ЄС: місія здійснення [Електронний ресурс] : Європейська правда. Міжнародна безпека та євроінтеграція України. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/06/25/7035137/>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 15.02.2016.
2. Франція різко зменшила обсяги експорту традиційних вин [Електронний ресурс] : Європейська правда. Міжнародна безпека та єв-

роінтеграція України. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/news/2016/02/10/7044670/>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 15.02.2016.

3. В алкогольній галузі конкуренція посилюється [Електронний ресурс]: Вісник. Офіційно про податки. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/15-v-alkogolniiy-galuzi-konkurentsia-posilyuyetsya>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 11.03.2017.
4. Вино з яких країн імпортується в Україну [Електронний ресурс]: Finance.ua. Новини. Аграрний ринок. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/396049/vyno-z-yakuh-krayin-importuyetsya-v-ukrayinu>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 11.03.2017.

ДОСЛІДЖЕННЯ АНТИМІКРОБНОЇ АКТИВНОСТІ ГЕЛІВ ДЛЯ ІНТИМНОЇ ГІГІЄНИ

Є. С. Мотуз, ТЕМС-21;

О. В. Кириченко, науковий керівник, асистент кафедри експертизи та митної справи, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Здоров'я – це подарунок, який людина повинна берегти. З кожним роком все більше набуває актуальності питання інтимного здоров'я жінки. Ще Клеопатра тисячі років назад ввела при своєму дворі звичай користуватися трав'яними настоями і пахощами. Це було потрібно не тільки для того, щоб тіла підданих вишукано пахли, але і для запобігання інфекційним захворюванням особливих зон.

Сучасна жінка повинна вміти встигати все: виконувати хатню роботу, виховувати дітей, працювати і при цьому не забувати піклуватися про себе, і річ іде не лише про відвідування салонів чи фітнес клубів, але і про елементарний догляд за особистою гігієною.

Зараз всі настої та пахощі залишились в далекому минулому. Сьогодні медицина пропонує жінкам вирішувати проблему інтимної гігієни за допомогою спеціальних засобів. Засоби для інтимної гігієни допомагають підтримувати кислотно-лужний баланс, який трохи нижче рН рівня шкіри. Крім того, деякі з них мають антибактеріальний ефект, а отже, здатні пригнічувати розвиток патогенних мікроорганізмів.

Нажаль, в наш час, постає проблема якісного виготовлення чи фальсифікації продукції. Виробники, заради здешевлення продукції, використовують сировину і матеріали, які не відповідають вимогам НД. Тому було вирішено дізнатись чи розповсюджується ця тенденція на інтимні засоби гігієни. Такі засоби апriori повинні бути якісними, адже стоять на захисті інтимного здоров'я жінки.

Об'єктами дослідження були обрані дві трогові марки гелів для інтимної гігієни:

- Зразок 1 «feminine» (виробник Великобританія);
- Зразок 2 «lucky day» (виробник Україна).

Основним завданням роботи було визначення власної антимікробної активності зразків гелів для інтимної гігієни різних виробників.

Оцінювання бактерицидних властивостей проводилось методом визначення лізису. Ступінь лізису культури реєстрували за чотириплюсовою схемою:

- ++++ – суцільний лізис;
- +++ – напівсуцільний лізис (незначний ріст культури в зоні лізису);
- ++ – у місці нанесення краплі утворюється до 20 колоній;
- + – утворюється від 20 до 50 колоній;
- ± – утворюється більше 50 колоній;
- повна відсутність лізису.

Під час підрахунків результатів значення -, ±, + не враховуються.

Результати визначення власної антимікробної активності зразків гелів для інтимної гігієни різних виробників подані у таблиці 1.

Таблиця 1 – Результати визначення антимікробної активності зразків гелів для інтимної гігієни різних виробників

Критерії	Зразок 1 Feminine	Зразок 2 Lucky day
<i>Грамотрикативні бактерії</i>		
Pseudomonas aeruginosa ATCC 27853		
Нативний інтим-гель	++	+
В розведенні 1: 10	-	-
В розведенні 1: 100	-	-
Escherichia coli, f ATCC 25922		
Нативний інтим	-	+
В розведенні 1: 10	-	-
В розведенні 1: 100	-	-
<i>Грампозитивні коки</i>		
Staphylococcus aureus ATCC 25923		
Нативний інтим-гель	+	-
В розведенні 1: 10	-	-
В розведенні 1: 100	-	-
<i>Дріжджеподібні гриби</i>		
Candida albicans ATCC 885		
Нативний інтим-гель	+++	+++
В розведенні 1: 10	-	-
В розведенні 1: 100	-	-

Зразок 1 має слабкі бактерицидні властивості в нативному вигляді відносно *Pseudomonas aeruginosa* ATCC 27853 (++) та дріжджеподіб-

них грибів *Candida albicans* (+++). При розведенні 1: 10 та 1:100 бактерійних властивостей не виявлено.

Відносно грампозитивних коків та грамнегативних паличок в нативному вигляді та у розведенні 1:10 та 1:100 зразок 1 не має антимікробних властивостей.

Зразок 2 має бактерицидні властивості в нативному вигляді відносно дріжджеподібних грибів *Candida albicans*. При розведенні 1:10 та 1:100 бактерицидних властивостей немає.

Відносно грампозитивних коків та грамнегативних паличок у нативному вигляді та у розведенні 1:10 та 1:100 не має антимікробних властивостей.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ НАДХОДЖЕННЯ МІЦНИХ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНУ

В. І. Рогів, 651 гр.;

***М. П. Бодак, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент
кафедри товарознавства і технологій виробництва Львівського
торгівельно-економічного університету***

У всі часи надходження та експорт алкогольної продукції завжди регламентувався законодавством і приносив державі чималі кошти. В Україні експортно-імпорتنі операції регулюються Митним Кодексом України та іншими законодавчими актами.

Саме алкогольні напої, етиловий спирт та дистиляти відносяться до груп товарів з яких справляють митні збори та акцизний податок в Україні. Акциз нараховується і сплачується, коли відбувається митне оформлення алкоголю. Причому, сплата здійснюється під час імпорту алкогольної продукції, а під час експорту – акциз не нараховується.

Міцні алкогольні напої – спиртові напої з відносно високим вмістом алкоголю, основою яких, як правило, є дистилят або бідистилят (отримують методом перегонки) або ректифікат (отриманий методом ректифікації) збродженого сусла.

Міцні алкогольні напої виробляють у всіх частинах Земної кулі відповідно до національних звичаїв і кліматичними умов. В Україні основою міцного алкоголю стала пшениця, в Шотландії та Ірландії – ячмінь, у Скандинавських країнах – картопля, в США і Канаді – кукурудза і жито, в Іспанії та Франції – виноград, в Латинській Америці – цукрова тростина, в Мексиці – агава.

Як правило, міцними алкогольними напоями вважаються напої з вмістом спирту не менш 20 % об. Нижня межа вмісту алкоголю для міцних спиртних напоїв однозначно не визначена, і може варіюватися залежно від норм окремо взятої країни. Найпопулярнішими міцними алкогольними напоями є: горілка, віскі, бренді, текіла, які після бро-

діння піддаються дистиляції. У світовій торговій практиці міцні алкогольні напої діляться на дві основні групи:

- white spirits – білі, як правило, невитримані спирти;
- brown spirits – коричневі, тобто витримані спирти.

Основним міцним алкогольним продуктом для українців була і залишається горілка. Але частина населення віддає перевагу більш вишуканому і дорогому алкоголю, зазвичай іноземного виробництва.

Вирішальними факторами, які впливають на розвиток ринку імпортного елітного міцного алкоголю, є стійкість гривні, акцизна політика держави, рівень доходів населення, політика держави в сфері митного регулювання імпорту алкоголю та культура споживання алкоголю.

Починаючи з 2014 року й по сьогоднішній день, український ринок елітного міцного алкоголю змушений працювати в умовах стримуючого впливу всіх перерахованих негативних факторів. Це й девальвація гривні, і 25 %-ий ріст акцизного збору (липень 2014 року), і зниження доходів населення, і введення додаткового 10 %-го мита на алкоголь (лютий 2015 року). З іншого боку, девальвація і пов'язаний з нею ріст імпортних цін сприяли динамічному збільшенню обсягів імпорту елітного алкоголю в грошовому вираженні.

Серед розглянутих видів імпортного міцного алкоголю найбільш популярним є віскі. Ринок віскі характеризується негативною динамікою обсягів імпорту в 2015–2016 рр. Це очевидно, що з різким ростом цін на імпортну продукцію через девальвацію національної валюти, споживання віскі в Україні знизилося. Курс національної валюти девальвував з 7,92 грн в 2012 р. до 26,4 грн за \$ США в 2016 році. В цей час купівельна спроможність населення значно знизилася – заробітна плата за останні чотири роки продемонструвала середньорічний ріст усього +9 %, тоді як ціни на імпортне віскі тільки в 2015 році виросли на 148 % у порівнянні з 2014-м.

У січні–березні 2015–2016 років обсяг імпорту віскі в Україну склав 85,5 і 87,4 тис. дал. відповідно, що менше на 38 % і 37 % у порівнянні з аналогічним періодом 2014 року. Основний обсяг імпорту віскі в Україну (95 % від загального обсягу) йде з Великобританії, США, Ірландії та країн ЄС.

Другим, за популярності в українських споживачів, є ром. За підсумками звітного періоду його імпорт склав 44,0 тис. дал. на суму € 46,3 млн або 20,9 % від загального обсягу імпорту в натуральному вираженні і 19,3 % у грошовому вираженні.

Текіла і джин менш популярні, ніж віскі і ром. За підсумками звітного періоду частка в імпорті текіли склала 6,4 % у натуральному вираженні і 7,9 % у грошовому. Всього за 5 місяців 2015 року в Україну було ввезено 13,5 тис. дал. текіли на суму €16,4 млн. Імпорт джина склав 10,8 тис. дал. на суму €11,6 млн, що склало 5,1 % від обсягу імпорту в натуральному і 7,1 % у грошовому вираженні [1].

На думку аналітиків, обсяг імпорту міцного елітного алкоголю в 2017 році не буде менше, ніж в попередні роки. По-перше, тому що ринок вже відреагував на негативні макроекономічні фактори зменшення обсягів. По-друге елітний алкоголь належить до високого цінового сегмента алкоголю і його споживач досить платоспроможний, він буде продовжувати купувати дорогий алкоголь і надалі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Импорт виски. Основные тенденции 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ar-group.kiev.ua/novosti/77-import-viski-osnovnye-tendencii-2016/>. – Назва з екрана.

КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

Жәйманова Ырысжан Таңатарқызы, студентка 4 курса специальности «Стандартизация, метрология, сертификация»;
Абсеитов Ерболат Тлеусеитович, к. т. н., доцент кафедры «Стандартизация и сертификация», Евразийский Национальный университет имени Л. Н. Гумилева

В условиях рыночной экономики, роль государства в обеспечении качественной и безопасной продукцией становится актуальным механизмом.

Эффективный и действенный таможенный контроль за продукцией является краеугольным камнем успешной политики безопасности потребительского рынка любого государства. Изменения, происходящие в экономической и политической сферах государства, функционирование в рамках Таможенного союза (далее-ТС) – заставляют отечественного производителя по-новому взглянуть на эти вопросы.

Вопросы повышения качества выпускаемой продукции, повышение ее конкурентоспособности стали первоочередной задачей в связи с вступлением Казахстана в ВТО. В связи с этим, большое внимание было уделено Президентом Республики Казахстан Назарбаевым Н. А. в своих ежегодных Посланиях казахстанскому народу. Одна из главных задач любого современного предприятия – это обеспечение высокого качества выпускаемой продукции [1].

В настоящее время с открытием таможенных границ наблюдается поток российских и белорусских товаров, в результате которого отечественная продукция становится неконкурентоспособной и не находит рынка сбыта. Одной из причин увеличения доли импорта разной продукции, связанной с отсутствием условий для системного сбыта продукции указывают на недостаточный проводимый государственный контроль за проверкой правильности маркировки, наличия сертификатов соответствия и так далее.

На сегодняшний день ввоз товара в РК из других стран происходит следующим образом. Например, импортеры из России, Китая и др. получают неправомерно выданные сертификаты соответствия и декларации о соответствии, которые зарегистрированы в Едином реестре выданных сертификатов соответствия и зарегистрированных деклараций о соответствии, на партию продукции и завозят на границу Казахстана. Таможенный контроль, проверив наличие перечня документов, в том числе и сертификата пропускают данный товар на территорию РК, тем самым создают проблему в сфере оценки соответствия продукции в части деятельности на рынке услуг недобросовестных органов по подтверждению соответствия, которые выдают сертификаты и регистрируют декларации о соответствии продукции без проведения лабораторных испытаний по показателям безопасности, за счет этого количество выданных документов, подтверждающих соответствие продолжает увеличиваться.

Согласно Национальной части Единого реестра сертификатов и деклараций о соответствии казахстанские предприниматели получили за 2016 год (рис. 1) [2] :



Рисунок 1 – Количество неправомерно выданных сертификатов и деклараций о соответствии

В результате на рынке встречается большое количество фальсифицированной и не прошедшей процедуру подтверждения соответствия продукции.

Порядок ввоза продукции, подлежащей обязательной оценке соответствия, на таможенную территорию Таможенного союза принято Решением комиссии ЕЭК от 25.12.2012 г. № 294, во исполнение Договора ЕЭК от 18.11.2011 г., Соглашения о единых принципах и правилах технического регулирования в Республике Беларусь, Республике

Казахстан и Российской Федерации от 18 ноября 2010 года и Соглашения об обращении продукции, подлежащей обязательной оценке (подтверждению) соответствия, на таможенной территории Таможенного союза от 11 декабря 2009 года.

Несмотря на то, что отечественные предприятия конкурируют между собой на казахстанском рынке, у всех нас есть общая задача – повышение качества и безопасности продукции.

Список использованных информационных источников

1. <http://keden.kz/>, Таможенный информационный портал;
2. <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/txnreg/deptexreg/coordination/pages/reestrertif.aspx>

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА ЧУЛОЧНО-НОСОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ В ГОМЕЛЬСКОМ РАЙПО КАК ПРИГРАНИЧНОМ РЕГИОНЕ

М. Л. Кулакевич, Чс-41;

***В. Е. Сыцко, научный руководитель, д. т. н., профессор,
профессор кафедры товароведения, УО «Белорусский торговое-
экономический университет потребительской кооперации»***

Вопросу формирования ассортимента чулочно-носочных изделий уделяется особое внимание. Главной целью формирования ассортимента является наиболее полное удовлетворение покупательского спроса. Гомельское райпо, как приграничный регион, ориентировано на закупку и реализацию изделий белорусского производства. Более 80 % наименований товаров – это продукция отечественных предприятий.

Согласно СТБ 947-2003 чулочно-носочные изделия классифицируются на: подследники (изделия женские и для девочек, покрывающие стопы ног полностью); полуподследники (изделия женские и для девочек, покрывающие пальцы и частично стопы ног); носки (изделия, покрывающие стопы и нижнюю часть ног, включая щиколотку или щиколотку и часть икры); получулки (изделия, покрывающие стопы и нижнюю часть ног до колена); чулки (женские изделия, покрывающие ноги и частично бедра); гетры (чулки или получулки, не покрывающие стопы ног); колготки (изделия женские или для детей, покрывающие нижнюю часть туловища и ноги полностью, включая стопы, каждую в отдельности); кюлоты (мужские изделия, покрывающие нижнюю часть туловища и ноги до стопы или верхние части ног до колена, или верхние части ног и часть голени, каждую в отдельности); легинсы (женские изделия или для детей, покрывающие нижнюю часть туловища и ноги до стопы или верхние части ног до колена, или верхние части ног и часть голени в отдельности).

Анализ структуры торгового ассортимента чулочно-носочных изделий в Гомельском райпо показал, что в торговой сети субъекта хозяйствования реализуются изделия трёх белорусских производителей: ТПФ «8 Марта» (г. Гомель), ОАО «Брестский чулочно-носочный комбинат» (г. Брест), СООО «Конте Трейд» (г. Гродно). Видовой ассортимент чулочно-носочных изделий представлен 5 видами изделий. По волокнистому составу в наибольшем количестве реализуются изделия из смешанных волокон. По видам изделий наибольшим спросом пользуются носки, а по назначению – женские чулочно-носочные изделия. Дополнительно проведенное социологическое исследование позволило установить, что выбор покупателей также определяют функциональность чулочно-носочного изделия, его соответствие моде, волокнистый состав, формоустойчивость и удобство использования, устойчивость к истиранию, долговечность. В этой связи для Гомельского райпо основным направлением в совершенствовании структуры ассортимента чулочно-носочных изделий при её формировании должно стать дальнейшее сохранение, а также привлечение новых покупателей посредством закупа изделий новых коллекций, причём, белорусских производителей.

Современный отечественный ассортимент чулочно-носочных изделий постоянно совершенствуется, чему способствует техническое переоснащение производства, освоение новых видов сырья и материалов, современных видов отделок. Ассортимент обновляется и за счет появления новых видов изделий. Например, в последние годы в ассортименте чулочно-носочных изделий появились такие виды изделий как легинсы, кюлоты, «исчезли» детские чулки [1, с. 155–157].

Огромная роль в развитии и обновлении ассортимента чулочно-носочных изделий все же принадлежит материалам. Благодаря пряже из льна белорусские мужские и женские носки обрели отличную формоустойчивость и износостойкость. Использование в составе хлопка, полиэфира и льна дало возможность получить изделия практически несминаемые, с ощущением мягкости и комфорта при эксплуатации. Изделия из натуральной хлопчатобумажной пряжи без добавления синтетики – это экологически чистая продукция с высокой гигиеничностью и гигроскопичностью. Применение высококачественного гребенного хлопка улучшает внешний вид изделий. Для них характерна более гладкая структура, улучшенная рельефность и насыщенность цвета. Ассортимент представлен, в большей части, женскими, мужскими, детскими носками, а также чулками женскими и колготками детскими. Белорусский ассортимент чулочно-носочных изделий в последнее время пополнили и изделиями из 100 %-ной вискозы.

В производстве женских и мужских носков в последнее время широко используется нить мультифибра. Это революционное, высокотехнологическое волокно, по своим свойствам приближенное к натураль-

ному шелку. Носки, имеющие в своем составе хлопок в сочетании с мультифиброй, имеют стильный, броский внешний вид. Они очень тонкие, шелковистые.

Широкое использование эластановых нитей – следствие естественного стремления людей к максимальному жизненному комфорту. Разработан ассортимент чулочно-носочных изделий из хлопчатобумажной пряжи в сочетании с эластаном: носки женские, мужские, детские; полчулки женские, детские; колготки детские. Нить лайкра используется в производстве очень многих видов колготок. Однако, у колготок тоньше 10 ден, лайкра может быть только в поясе. Моделирующие колготки до 18 ден имеют зоны различной степени стягивания на ягодицах, животе. Колготки с плотностью не менее 40 ден обеспечивают поддерживающий эффект. Лечебно-профилактическими свойствами обладают колготки плотностью 50–100 ден. Они применяются для профилактики варикозного расширения вен, снимают усталость ног за счет специально распределенного давления. Такие колготки имеют пометку – «Суппорт». Разработаны модели колготок, в которых эластичное волокно лайкра провязывается в каждом ряду, обеспечивая абсолютное облежание, эффект «второй кожи».

Плотные, теплые колготки, в которых используются нити микрофибры и лайкры 3д, изготавливаются по новой технологии двухслойной вязки «климат-комфорт». Специальное соединение двух разных по своим свойствам нитей позволяет разделить полотно колготок на два слоя. Тот, который прилегает к телу, более мягкий и нежный, а тот, что снаружи позволяет телу свободно дышать, но не пропускает холод и влагу.

Следует следить и за новинками западных фирм, закупать их продукцию.

Так, фирма «Санпеллегрини» в сотрудничестве с фитолaborаторией «Анжелика» представила на рынок новые модели колготок серии «Био-Комплекс», плотностью 20 ден. Колготки «Гел-контрол» со специальными массирующими микроволокнами и активными веществами зеленого чая, конского каштана улучшают кровообращение и создают эффект антицеллюлитного массажа. Колготки «Эпил-Контрол» с активными веществами папайи, сои и сабаля значительно ослабляют структуру волос и замедляют их рост.

Известная немецкая фирма «Кунерт» разработала модель колготок «Лейджлэ», которые оказывают на ноги такой же эффект, что и увлажняющий крем. Их секрет – особые волокна «шиншилэн», содержащие питательный экстракт алоэ. Создатели утверждают, что ноги в новых колготках не будут уставать целый день, и после стирки колготки не потеряют своих косметических свойств.

Особо следует остановиться на отделке. Белорусские носки из хлопка в сочетании с полиамидом, обработанные специальной анти-

бактериальною жидкістю «Санитайзед», дозволяють предохраняти ноги від грибків, мікробів і забезпечують максимальну захист на довгий час. Згідно дослідженням Міністерства охорони здоров'я Республіки Білорусь вироби витримують до 100 стирок без втрати своїх функціональних властивостей.

За минуле десятиліття вимоги споживачів до чутливо-сочувствувальним виробам серйозно змінилися. Сьогодні головне в чутливо-сочувствувальних виробів – відчуття зручності, гігієнічні властивості, збереження первинної форми виробу і др. Завдяки новітньому обладнанню, передовим технологіям, ретельному відбору сировини і матеріалів від вітчизняних і європейських виробників створюються вироби високої якості [1, с. 158–159].

Список використаних інформаційних джерел

1. Целикова Л. В. Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров / Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование : материалы III международной научно-практической Интернет-конференции. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.

СЕКЦІЯ 19 ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ТОВАРІВ НАРОДНОГО СПОЖИВАННЯ

ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ЙОГУРТІВ ЗА ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ

Д. Р. Байбуза, А. Ю. Попельних, БТ-21;

В. І. Дмитренко, науковий керівник, к. т. н., доцент кафедри хімії Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Йогурти є джерелом корисних вітамінів і хімічних елементів, які необхідні організму людини, особливо сучасної, чиє життя проходить в міських умовах і наповнене нервовими стресами і несприятливими екологічними умовами [1]. Йогурт відноситься до числа дуже давніх молочних продуктів, корисних для здоров'я. За даними сучасних дослідників, користь йогуртів, не завжди така, як говориться в рекламі, не всі йогурти однаково корисні. По-справжньому корисні лише йогурти з живою культурою бактерій, а пастеризований продукт не має корисної дії [1, 2].

Метою роботи є визначити відповідність йогуртів стандарту України за значенням титрованої і активної кислотності, вмісту сахарози та наявності домішок.

Завдання та методи дослідження:

1. Визначення титрованої кислотності йогуртів.
2. Визначення активної кислотності йогуртів.
3. Визначення вмісту сахарози.
4. Визначення наявності крохмалю в йогуртах.
5. Проба на фосфатазу.

Об'єкти дослідження. Для дослідження обрано йогурти таких торгових марок:

1. Йогурт № 1 – «Біфідойогурт», ТМ Волошкове поле, м. Черкаси.
2. Йогурт № 2 – «Персик», ТМ Гармонія, м. Лубни.
3. Йогурт № 3 – «Активія», ТМ «Danone», м. Херсон.

Методи дослідження. Титровану кислотність визначали алкаліметричним титруванням з фенолфталеїном [3]. Активну кислотність визначали потенціометричним методом [4]. Вміст сахарози визначали рефрактометричним методом [5]. Наявність крохмалю перевіряли якісною реакцією з йодом [6], фосфатази – якісною реакцією [7].

Результати та обговорення

За результатами досліджень встановлено, що титрована кислотність досліджуваних йогуртів «Біфідойогурт», «Персик», «Активія» становить 80–96 °Т, що задовольняє вимоги ДСТУ 4343:2004 (табл. 1).

Таблиця 1 – Титрована кислотність досліджуваних йогуртів

Досліджуваний об'єкт	Титрована кислотність, °Т	Титрована кислотність, згідно ДСТУ 4343:2004, °Т
Йогурт № 1	96	80–140
Йогурт № 2	96	
Йогурт № 3	80	

Встановлено, що активна кислотність досліджуваних йогуртів становить 4,46–4,53, що задовольняє вимоги ДСТУ 4343:2004 (табл. 2).

Таблиця 2 – Активна кислотність досліджуваних йогуртів

Досліджуваний об'єкт	Активна кислотність, рН	Активна кислотність, згідно ДСТУ 4343:2004
Йогурт № 1	4,46	4-4,8
Йогурт № 2	4,46	
Йогурт № 3	4,53	

Рефрактометричним методом встановлено, що вміст сахарози в досліджуваних йогуртах рівне 0. Отримані дані відповідають інформації на етикетках.

Наявність крохмалю визначено якісною реакцією з розчином йоду (табл. 3).

Таблиця 3 – Результат визначення наявності крохмалю в йогуртах

Досліджуваний об'єкт	Наявність крохмалю	Наявність крохмалю на упаковці
Йогурт № 1	+	–
Йогурт № 2	–	–
Йогурт № 3	+	–

У посудинах із зразками № 1 і № 3 з'явилося синє забарвлення (рис. 1). Таким чином, йогурт № 1 «Біфідойогурт» (ТМ «Волошкове поле» м. Черкаси) та йогурт № 3 «Активіа» (ТМ «Danone», м. Херсон) містять у своєму складі крохмаль, хоча на упаковці вміст крохмалю не вказано. Отже, вище названі йогурти є фальсифікатами.



Проби йогуртів без йоду

Проби йогуртів з додаванням йоду

Рисунок 1 – Якісна реакція йогуртів на наявність крохмалю

Проведено експрес-тест на наявність фосфатази. До 2 мл йогуртів додали 1 мл 0,1 %-ого розчину фенолфталеїнфосфата натрію в аміачній буферній суміші, нагріли на водяній бані 40–45 °С і перевірили забарвлення вмісту пробірки через 1 годину. Колір не змінився, фосфатаза в усіх йогуртах відсутня. Встановлено, що досліджувані йогурти не містять фосфатази, що задовольняє вимоги ДСТУ 4343:2004

Таким чином, із усього вищенаведеного можна зробити такі **висновки**:

1. Досліджувані зразки йогуртів за значенням титрованої та активної кислотності відповідають державному стандарту України (ДСТУ 4343:2004).

2. Вміст сахарози в досліджуваних йогуртах рівний 0, що відповідає інформації на упаковках.

3. Йогурти «Біфідойогурт» та «Активіа» містять у своєму складі крохмаль, хоча на упаковці вміст крохмалю не вказано. Таким чином, вище названі йогурти є фальсифікатами.

4. Досліджувані йогурти не містять фосфатази, що задовольняє вимоги ДСТУ 4343:2004.

Список використаних інформаційних джерел

1. <http://yazdorovee.ru/vsem-izvestnyj-jogurt-polza-i-vred>
2. <http://www.materinstvo.ru/art/2010>
3. Молоко и молочные продукты. Титриметрические методы определения кислотности: ГОСТ 3624-92 – [Действующий от 01.01.1994]. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 7 с. (Межгосударственный стандарт).
4. Молоко. Метод измерения pH: ГОСТ 3624-92 – [Действующий от 01.01.1987]. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 5 с. (Межгосударственный стандарт).
5. Коренман Я. И. Практикум по аналитической химии. Оптические методы исследования / Яков Израилевич Коренман. – Воронеж : Изд-во Воронежского университета, 1988. – 230 с.
6. Хімія і методи дослідження сировини та матеріалів : навч. посіб. для студентів нехімічних спеціальностей ВНЗ / [О. Д. Іващенко, Ю. Б. Нікозять, В. І. Дмитренко та ін.]. – Київ : Знання, 2011. – 606 с.
7. Молоко и молочные продукты. Методы определения пастеризации: ГОСТ 3623-73 – [Действующий от 01.01.1976]. – Москва : Стандартинформ, 2003. – 5 с. (Межгосударственный стандарт).

ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ БАЛИКІВ ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ МЕТОДАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Т. Г. Бондарець, учениця 10 -А класу, ЗОШ І-ІІІ ступенів № 34, м. Полтави;

Н. В. Гнітій, науковий керівник, асистент кафедри хімії, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Виробництво баликів відомо з глибокої давнини. Ці вироби були відомі в Стародавньому Китаї, жителі Вавилону включали в своє меню кілька сортів баликів. У Стародавній Спарті також охоче вживали балики і в даний час варено-копчені вироби мають велике народне значення, як у нас в країні, так і за кордоном.

Варено-копчені балики мають велике значення у харчуванні населення, а їх виробництво є найбільш поширеним методом переробки м'яса та інших продуктів забою тварин у м'ясній промисловості.

Виробництво баликів в Україні щорічно зростає.

Актуальність обумовлена важливим значенням якості продуктів харчування, зокрема варено-копчених баликів, для збереження здоров'я і життя людини.

Об'єктом дослідження є:

Зразок № 1 ТМ «Заря»

Зразок № 2 ТМ «Маяківська свіжина»

Зразок № 3 ТМ «Дніпропетровський м'ясокомбінат»

Зразок № 4 ТМ «Глобино»

Мета: дослідити показники варено-копчених баликів фізико-хімічними методами.

Для досягнення поставленої мети потрібно було виконати такі завдання:

- визначити вміст кухонної солі;
- визначити вміст вологи;
- визначити наявність крохмалю.

Харчова та енергетична цінність м'ясних копченостей наведена в табл. 1.

Таблиця 1 – Харчова та енергетична цінність (калорійність) 100 г продукту м'ясних копченостей

Назва виробів	Білок, г, не менше ніж	Жир, г, не менше ніж	Калорійність калл (кДж)
М'ясні вироби варено-копчені (балики)	13	50	400–510 (1675–2136)
М'ясні вироби сирокопчені	12	65	370–650 (1550–2720)

Таблиця 2 – Фізико-хімічні показники копчених баликів торгівельна мережа міста Полтава

Кислотність	Номер зразка				
	1	2	3	4	НОРМА
Масова частка вологи, %	65	65	67	68	45
Масова частка кухонної солі, %	5				

За результатами оцінки якості м'ясних баликів, можна зробити висновок, що жоден зі зразків не відповідає ДСТУ 4668:2006.

За результатами досліджень встановлено, що тільки по показнику вмісту солі балики відповідають нормам.

Балик ТМ «Глобино» містив заборонений крохмаль. Відсоток вологи перевищений у всіх зразках.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів / І. В. Сирохман, І. М. Задорожний, П. Х. Пономарьов. – Київ : Лібра, 1997. – 632 с.
2. Товарознавство продовольчих товарів. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів кооперативних навчальних закладів. Ч. 1 / Укл. Краснова К. О. – Київ : НМЦ «Укоопосвіта», 2006. – 112 с.
3. ДСТУ 4668:2006 Продукти зі свинини варені, копчено-варені, копчено-запечені, запечені, смажені, сирокочені. Загальні технічні умови.

ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ І ЯКОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

І. В. Мазур, 441;

І. В. Сирохман, науковий керівник, д. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства і технологій виробництва харчових продуктів, Львівський торговельно-економічний університет

Асортимент кондитерських виробів на ринках України різко збільшився і з'явилися розробки нових видів. Жорстка конкуренція на ринку змушує виробників розширювати асортимент, створюючи нову продукцію, яка буде мати переваги від інших кондитерських виробів, вироблених конкурентами. Забезпечення безпеки – один із основних елементів виробництва продукції. Під безпекою харчового продукту розуміють відсутність у ньому хімічних і мікробіологічних забруднювачів, здатних нанести шкоду здоров'ю людини.

Безпечність кондитерських виробів залежить від різних чинників: безпеки сировини і напівфабрикатів, параметрів технологічного процесу, вхідного контролю сировини; організації і проведення контролю мікробіологічних і фізико-хімічних показників при виробництві продукції; контролю технологічного процесу, готової продукції, санітарно-гігієнічного стану виробництва і дотримання робітниками підприємства особистої гігієни; організації і культури виробництва [1]. Тому важливу роль відіграє вивчення як самих чинників, так і механізму їх впливу на безпеку готової продукції.

Гарантувати випуск безпечної продукції на підприємстві дозволяє комплексна система формування безпеки кондитерських виробів, результативне функціонування якої реально тільки при здійсненні всіх заходів, що попереджують виникнення ризиків, зв'язаних з можливим перевищенням регламентованого рівня вмісту хімічних і мікробіологічних контамінантів у готовій продукції.

В умовах інтенсивної глобалізації ринку харчових продуктів, посилення конкуренції, збільшення кількості джерел і чинників небезпечності особливе значення для харчових підприємств має забезпечення якості, безпеки і конкурентоспроможності виробленої продукції.

Система безпечності продуктів харчування на основі принципів ХАССП на даний час – найбільш використовувана у світовій практиці модель управління, яка дає можливість забезпечити стабільну безпечність харчової продукції і продовольчої сировини в результаті упорядкування і координації робіт з управління ризиками на різних стадіях життєвого циклу продукції. У виробничому ланцюгу шоколадних цукерок «Пташине молоко» небезпечності виникають при таких операціях, як санітарне обслуговування обладнання, зберігання сировини, отримання пластів і глазурування корпусів [2].

В числі кондитерських виробів мармелад позиціонується як дієтичний низькокалорійний виріб, що не містить жиру та є одним з безпечних ласощів для дітей. Однак у сучасному виробництві мармеладу застосовують не тільки натуральні барвники, а й синтетичні та умовно безпечні речовини, які негативно впливають на здоров'я споживачів [3].

При дослідженнях токсичності барвників, що застосовували для виготовлення мармеладу, виявлені гематологічні порушення, делятація сліпої кишки та нирок. Відмічалось різке зниження рівня гемоглобіну та еритроцитів у крові, а також кількості заліза у печінці, нирках, селезінці, яке спричинене утворенням комплексу барвника понсо із залізом при рН 1,8. Результати досліджень токсичності синтетичних барвників свідчать про те, що практично всі вони здатні, залежно від дози, провокувати небажані токсичні ефекти.

Європейським парламентом узаконене обов'язкове маркування написом «може мати негативний вплив на активність уї увагу дітей» на етикетках харчових продуктів, що містять будь-яку кількість синтетичних барвників E102, E104, E110, E122, E123, E129. У жувальному мармеладі, що реалізують на ринку України, зустрічаються такі барвники: тартазин, понсо, червоний чарівний, індигокармін, синій блискучий.

Отже, спеціалістам торгівлі слід більше уваги приділяти яскраво забарвленим кондитерським виробам з виявленням ознак використання синтетичних барвників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Полякова С. П. Обеспечение безопасности кондитерских изделий / С. П. Полякова // Кондитерское производство. – 2014. – № 3. – С. 20–23.
2. Митыпова Н. В. Определение критических контрольных точек для управления опасными факторами при производстве шоколадных конфет / Н. В. Митыпова, С. М. Шарапова, И. В. Жамбалова // Кондитерское производство. – 2015. – № 3. – С. 6–8.
3. Григоренко І. Виявлення синтетичних барвників у мармеладі / І. Григоренко, Л. Богданович // Продовольча індустрія АПК. – 2015. – № 3. – С. 18–20.

ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ І ЯКОСТІ ОЛІЄЖИРОВИХ ТОВАРІВ

Н. В. Маласюк, 441;

**І. В. Сирохман, науковий керівник, д. т. н., професор, завідувач
кафедри товарознавства і технологій виробництва харчових
продуктів, Львівський торговельно-економічний університет**

В останнє десятиріччя у всьому світі активно розгорнулася боротьба за зниження вмісту трансізомерів жирних кислот у харчових продуктах. Основним джерелом трансізомерів жирних кислот у харчових продуктах є частково гідрогенізовані рідкі рослинні олії, які використовуються у виробництві харчових продуктів і якості заміника тваринних жирів, включаючи молочний жир, при виробництві маргаринів, спредів і жирів спеціального призначення для кондитерської, хлібопекарської промисловості, підприємств громадського харчування і для реалізації у роздрібних торговельних підприємствах.

На основі чисельних досліджень і відповідних публікацій у наукових журналах різних країн зроблені висновки про зв'язок споживання трансізомерів жирних кислот із ризиком розвитку ряду захворювань (серцево-судинних, онкологічних, ожиріння, цукрового діабету 2 типу, овуляторного безпліддя, а також цілого ряду захворювань нервової, імунної системи і шлунково-кишкового тракту) [1]. В 2003 р. ВООЗ рекомендовано знизити споживання трансжирних кислот до 1 % від добової калорійності раціону, що відповідає 2 % від загального споживання жирів.

Встановлений взаємозв'язуючий вплив цис-ізомеру найібільш поширеної моно ненасиченої жирної кислоти – олеїнової і її аналогу в трансформі – моно ненасиченої елаїдинової кислоти на вміст у крові ліпопротеїнів холестерину високої і низької густини. При цьому холестерин ліпопротеїдів низької густини вважається шкідливим для здоров'я, оскільки підвищує ризик розвитку ішемічної хвороби серця, тоді як холестерин ліпопротеїдів високої густини є більш корисним [2]. Транс-ізомери жирних кислот, такі як елаїдинова кислота, підвищують рівень шкідливого холестерину і знижують рівень корисного, а цис-ізомери мають зворотний ефект, підвищуючи рівень корисного і знижуючи рівень шкідливого холестерину.

Чисельні дослідження, що проведені за останнє десятиліття показали, що високий рівень холестерину – не єдиний і далеко не основний чинник, відповідальний за розвиток інфаркту міокарда. Було достовірно встановлено, що заміна насичених жирів на жири, багаті ω-3 жирними кислотами, однозначно знижує ризик виникнення серцево-судинних захворювань. При цьому особливе значення має співвідношення

між ω -6 і ω -3 поліненасиченими жирними кислотами [3]. В числі ω -3 жирних кислот важливе місце займають α -ліноленова, ейкозапентаєнова і докозагексаєнова кислоти. Значна кількість α -ліноленової кислоти міститься у лляній і конопляній оліях, а також олії канולי (безеруковий гібрид ріпакової олії), соєвій олії, олії волоського горіха а також олії ріжівій і гірчичній. Ейкозапентаєнова і докозагексаєнова кислоти у складі тригліцеридів риб, особливо морських.

Недостатнє надходження полі ненасичених жирних кислот приводить до зміни жирно-кислотного складу клітинних мембран і тканин, що викликає порушення їх функціональної стабільності і проявляється в зниженні стійкості до пошкоджуючої дії і підвищенню їх проникності для шкідливих речовин.

Для рослинних олій, які направляються на зберігання, необхідно узагальнювати результати вхідного контролю якості і безпечності продукції на підприємствах-виробниках. Для закладки на зберігання олія соняшникова повинна бути свіжою, тобто виробленою з літнього врожаю і надходити на зберігання не пізніше двох місяців із дати виробництва.

Одним із параметрів якості олії соняшникової є наявність супутніх речовин, таких як природні антиоксиданти, наприклад вітамін Е (токофероли). Вітамін Е – один із основних вітамін олії, який є природним антиоксидантом і представляє собою α , β і γ -токофероли. З підвищенням вмісту вітаміну Е краще зберігається продукт. Для визначення показників окислювального псування запропоновано використання БІЧ-аналізатора. На стабільність показників якості й безпечності олії соняшникової під час зберігання впливають ряд чинників, основним з яких є величина перекисного числа при закладанні на зберігання. За умов найменшої величини даного показника можна забезпечити більш тривале зберігання.

Отже, якість і безпечність олієжирових продуктів залежить від багатьох чинників, важливішими з яких можна вважати їх склад, особливості технології виробництва, умови і терміни зберігання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бессонов В. В. Трансизомеры жирных кислот: риски для здоровья и пути снижения потребления / В. В. Бессонов, Л. В. Зайцева // Вопросы питания. – 2016. – Том 85. – № 3. – С. 6–16.
2. Тэлболт Джефф. Взлет и падение трансжиров / Тэлболт Джефф // Масложировая промышленность. – 2015. – № 5. – С. 24–27.
3. Зайцева Л. В. Баланс полиненасыщенных жирных кислот в питании / Л. В. Зайцева, А. П. Нечаев // Масла и жиры. – 2014. – № 9–10. – С. 16–19.

ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ І ЯКОСТІ М'ЯСНИХ ПРОДУКТІВ

А. І. Лебединець, 441;

І. В. Сирохман, науковий керівник, д. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства і технологій виробництва харчових продуктів, Львівський торговельно-економічний університет

Забезпечення надійної продовольчої безпеки країни є одним із важливих і пріоритетних державних завдань. Від її успішного вирішення залежить здоров'я і благополуччя нації, економічна і політична незалежність.

У більшості країн світу основною моделлю управління якістю і безпечністю харчових продуктів є система ХАССП. Практика зарубіжних підприємств пропонує ефективний метод забезпечення безпечності. Він базується на управлінні ризиками на основі системи ХАССП «Аналіз ризиків і критичних контрольних точок» (*Hazard Analysis and Critical Control Points – HACCP*). Така система стала популярною завдяки тому, що вона направлена на попередження попадання в продукцію мікробіологічних, хімічних і фізичних контамінантів, а також алергенів. Система ХАССП передбачає систематичний аналіз сировини, інгредієнтів, технологій для усунення подібних небезпек у процесі виробництва.

З кожним роком розширюється асортимент м'ясних продуктів як вітчизняного, так і імпортного виробництва на споживчому ринку України. Тому основним завданням виробників даних харчових продуктів у всьому світі є виготовлення виробів з високими споживчими властивостями. Це обумовлює необхідність виробництва високоякісної м'ясної сировини.

У зв'язку з інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва на основі застосування добрив і засобів захисту рослин, використання у тваринництві нетрадиційних кормових засобів, стимуляторів, лікувальних препаратів досить актуальним постало питання розробки технологій виробництва кормів і продукції тваринництва, що забезпечують екологічно безпечну сировину для приготування м'ясних продуктів. Досить часто м'ясні продукти забруднюються залишками антибіотиків, які застосовуються для профілактики й лікування тварин і птиці, прискорення їх росту, поліпшення якості й збереженості кормів.

Стало очевидним, що проблему виробництва м'ясної сировини, яка відповідає вимогам безпеки, необхідно вирішувати шляхом створення спеціалізованої сировинної зони, що включає господарства, в яких виробництво кормів, вирощування і відгодівля худоби, дотримання

ветеринарно-гігієнічних правил може бути організовано за спеціальними технологіями.

Як правило, основні токсичні забруднення м'яса надходять із кормів і мають антропогенну природу [1].

Актуальною проблемою сучасності є проблема забруднення навколишнього середовища важкими металами. Сполуки цих елементів у силу високої токсичності і здатності до біоаккумуляції представляють небезпеку не тільки для людини, але і всього живого на планеті. Важкі метали (ртуть, кадмій, свинець і миш'як) негативно впливають на якість тваринної продукції і стан здоров'я людей, особливо дітей. Отримання екологічно безпечної м'ясної сировини ускладнюється завдяки нагромадженню ртуті, кадмію, свинцю і миш'яку в окремих партіях, які надходять в організм тварин з кормами, кормовими добавками (сіль, крейда) і водою [2].

В останній час виробники м'ясних продуктів все частіше застосовують харчові добавки рослинного походження з метою поліпшенню умов емульгування харчових систем, максимального утримання вологи і підвищення рентабельності продукції. Це призвели до того, що більше половини м'ясних продуктів є фальсифікованими.

Провідні вчені багатьох країн світу ставлять під питання можливість непередбачуваного або передбачуваного створення продуктів із ГМО, що здатні негативно впливати на організм людини в умовах неконтрольованої генно-інженерної діяльності. Це обумовлює необхідність забезпечення багаторівневого контролю за м'ясною продукцією, що має генно-інженерні модифіковані аналоги. Крім того, має місце недотримання науково обґрунтованих рецептур і визначення сировинного складу готових м'ясних виробів на відповідність вимогам нормативної документації.

Отже, виникає необхідність ідентифікації складу м'ясної продукції, що надходить на ринок а оскільки безпечність трансгенних продуктів не встановлена, у споживача повинен бути вибір між нативними виробами і продуктами, які отримані за допомогою біотехнологічних методів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Забашта Н. Н. Качество и безопасность мяса свиней мясных пород для детского питания / Н. Н. Забашта, Н. В. Соколов, Е. Н. Головки, А. В. Устинова, С. В. Патиева // Мясная индустрия. – 2013. № 6. – С. 16–19.
2. Забашта Н. Н. Особенности производства экологически чистой говядины и свинины. Монография / Н. Н. Забашта, Е. Н. +Головки, И. Н. Тузов. – Краснодар, 2013. – 298 с.

КРИТЕРІЇ ВІДНЕСЕННЯ НЕХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ДО БЕЗПЕЧНОЇ ТА СТУПЕНІ РИЗИКУ

І. В. Терещенко;

І. В. Сміченко, науковий керівник, д. т. н., завідувач кафедри
митного та технічного регулювання Львівського торговельно-
економічного університету, професор

Євроінтеграційні процеси, що запроваджуються в Україні вимагають реформування вітчизняної системи технічного регулювання як харчових продуктів так і нехарчової продукції, спрямованої на забезпечення їх безпечності. Адже саме безпечність продукції гарантується Законом України «Про захист прав споживачів».

Незважаючи на відповідні зміни щодо реформування нормативної бази слід зазначити, що досі відсутні однозначна ідентифікація щодо ступенів ризику та поняття безпечності нехарчової продукції.

Згідно із Законом України [1], *безпечна нехарчова продукція* – це будь-яка продукція, яка за звичайних або обґрунтовано передбачуваних умов використання не становить жодного ризику чи становить лише мінімальні ризики, зумовлені використанням такої продукції, які вважаються прийнятними і не створюють загрози суспільним інтересам. При цьому, мають враховуватися: характеристика продукції, у тому числі її склад, упаковка, вимоги щодо встановлення і технічного обслуговування; її вплив на іншу продукцію, якщо вона буде використовуватися разом з нею; попередження на етикетці продукції, в інструкції з її використання та знищення, а також в іншій інформації щодо продукції; застереження щодо споживання чи використання продукції певними категоріями населення (дітьми, вагітними жінками, людьми похилого віку тощо).

Поняття ризик щодо безпечності харчових продуктів визначається як можливість виникнення шкідливого впливу на здоров'я людини та ступінь цього впливу, що походить з небезпечного фактору. Аналіз ризику включає три складові: оцінку ризику, управління ризику та повідомлення про ризик [2].

Щодо безпечності нехарчової продукції, то поняття «ризик» означає можливість виникнення та вірогідні масштаби наслідків негативного впливу протягом певного періоду часу і наведено у Законі України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» [3]. А такі визначення як «серйозний ризик» і «ступінь ризику» – у Законі України «Про загальну безпечність нехарчової продукції».

Серйозний ризик визначається як будь-яка загроза суспільним інтересам, що потребує оперативного втручання державних органів, зокрема така, наслідки якої не виявляються негайно. Ступінь ризику визначений як рівень небезпеки (загрози) суспільним інтересам, що становить або може становити продукція. Під суспільними інтересами

розуміється безпека життя та здоров'я людей, безпечні умови праці, захист прав споживачів, захист довкілля.

Ступенями ризику продукції є підвищений та низький. Критеріями, за якими органи державного ринкового нагляду відносять продукцію до підвищеного ступеню ризику є: призначення продукції для певної категорії споживачів; вміст у продукції хімічних і біологічних речовин; наявність у продукції фізичних, механічних чи радіаційних факторів; застосування продукції у галузі використання радіочастотним ресурсом України; підключення продукції до телекомунікаційної мережі загального користування [4]. Критерій віднесення продукції до низького ступеню ризику – призначення її для використання кваліфікованими фахівцями; відсутність у продукції факторів, що можуть становити загрозу для життя та здоров'я людей; наявність іншої продукції, яка не віднесена до підвищеного ступеня ризику. У разі введення виробником в обіг небезпечної нехарчової продукції застосовуються штрафні санкції.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що залишається невизначеним питання ідентифікації «мінімального ризику» у визначенні безпечної нехарчової продукції у документі [1]. Та не зрозумілим є чому «наявність небезпек певного виду продукції, зокрема окремих речовин та обладнання для спеціального використання, не може вважатися підставою для віднесення продукції до підвищеного ступеня ризику, як зазначено у документі [4]. А також – що належить до категорії обладнання для спеціального використання в контексті безпечності нехарчової продукції.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про загальну безпечність нехарчової продукції. – [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2736-VI. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2736-17>. – Назва з екрана.
2. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [Електронний ресурс] : Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>. – Назва з екрана.
3. Про технічні регламенти та оцінку відповідності. – [Електронний ресурс] : Закон України від 15.01.2015 № 124-VIII. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/124-19>. – Назва з екрана.
4. Ступені ризику видів нехарчової продукції. – [Електронний ресурс] : Постанова КМ України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1404-2011-%D0%BF/print1486395811953683>. – Назва з екрана.

СИСТЕМА БЫСТРОГО ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ ОБ ОПАСНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Жәйманова Ырысжан Таңатарқызы, студентка 4 курса специальности «Стандартизация, метрология, сертификация»;
Байхожаева Бахыткуль Узаковна, научный руководитель, д. т. н., профессор, заведующая кафедрой «Стандартизация и сертификация»

Эффективные системы контроля продукции имеют важное значение для защиты здоровья потребителей. Кроме того, они крайне необходимы для создания условий, в которых страны могут обеспечивать безопасность и качество продукции, поступающих в международную торговлю, и проверять соответствие импортируемой продукции национальным требованиям.

Для подробного анализа несоответствующей продукции, изучили результаты мониторинга государственного контроля Республики Казахстан (далее- РК) за 2016 год (рис. 1).

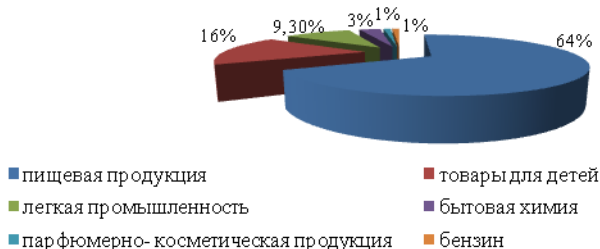


Рисунок 1 – Результат мониторинга несоответствующей продукции в РК за 2016 год

За истекший период прошлого года исследовано 21 174 проб продукции, из них 3 189 проб несоответствующей продукции выявлены территориальными Департаментами Комитета технического регулирования и метрологии Министерства по инвестициям и развитию РК в ходе мониторинга безопасности продукции. Из общего числа несоответствующей продукции доля пищевой продукции составило 64 % (2 068 проб). Вместе с тем, доля несоответствующих товаров для детей составила– 16 %, товаров легкой промышленности – 9,3 %, бензин – 1 %, товаров бытовой химии – 3 %, парфюмерно-косметической продукции средств гигиены полости рта – 1 % [1].

Следовательно, для обеспечения безопасности продукции и предупреждения от недоброкачественной продукции потребителей возникает необходимость во внедрении информационной системы быстрого обмена информацией об опасной продукции в перспективе с европейской системой RAPEX, корректирующей существующую систему

государственного надзора и контроля РК. Это позволит системно решить проблемы в стране, связанные с безопасностью и качеством конечной продукции, на основании четкого разграничения прав, обязанностей, и ужесточения ответственности участников рынка на примере системы продовольственного контроля Европейского Союза.

RAPEX – это система быстрого предупреждения потребителей о потенциальной опасности товаров, за исключением пищевых продуктов, лекарственных препаратов, химических веществ, для которых действуют отдельные системы. Информация об опасных товарах поступает на специально созданный интернет-портал Европейского союза, где размещен архив системы RAPEX. Система RAPEX позволяет контролировать исполнение мер по отношению к опасным товарам, предписанными национальными органами управления, и отслеживать меры, принимаемые производителями и дистрибьюторами на добровольной основе (рис. 2).



Рисунок 2 – Функционирование системы RAPEX в ЕС

Важность RAPEX трудно переоценить: благодаря этой системе любой желающий может узнать о потенциальных рисках или отзыве опасной продукции сразу же, как только решение принято. Это не пустые слова: в конечном итоге речь идет о тысячах жизней.

Обобщив вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что в рамках реформирования действующей системы государственного контроля в РК, предлагаем внедрить европейскую модель надзора за рынком, а именно информационную систему быстрого оповещения – RAPEX.

Список использованных информационных источников

1. Официальный интернет-ресурс Комитета по защите прав потребителей Министерства национальной экономики Республики Казахстан.
2. http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safetyRapidAlertSystem-Weekly Notification reports.

СЕКЦІЯ 20 ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ, ЯКОСТІ ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА ВІДПОВІДНОСТІ ДИТЯЧИХ СВІТИЛЬНИКІВ ВИМОГАМ БЕЗПЕКИ

Я. В. Кіблик, ТЕМС-41;

**А. О. Семенов, науковий керівник, к. ф.-м. н., доцент кафедри
товарознавства непродовольчих товарів, Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»**

Для будь-якої дитини, кімната, що їй належить є відокремленим світом, в якому все підпорядковано її смакам і бажанням. Плануючи ремонт у дитячій кімнаті і установку нових освітлювальних приладів, варто вибирати лампи з колірною температурою 3 300–5 000К. Випромінюваний ними теплий білий світ вважається самим звичним для очей людини.

На ринку України на сьогоднішній день представлена велика номенклатура дитячих світильників різних виробників, відповідність яких вимогам нормативних документів включає формальне підтвердження технічним регламентам без проведення додаткових випробувань продукції. Тому дослідження відповідності дитячих світильників вимогам нормативної документації представляє актуальність і необхідність, спрямовану на вивчення споживних характеристик та вимог безпеки.

Мета роботи полягає у проведенні досліджень дитячих світильників вимогам нормативних документів на відповідність технічним регламентам.

Об'єкт дослідження – дитячі переносні світильники виробництва фірми «Zhongshan Bailiwei Lighting Co.Ltd» Китай, що представлені в гіпермаркеті «Епіцентр».

В роботі використані стандартні методи вимірювання світлотехнічних, електротехнічних та інших характеристик дитячих світильників у відповідності з ДСТУ ІЕС 60598-1:2014 «Світильники. Частина 1. Загальні вимоги і випробування» [1] і ДСТУ ІЕС 60598-2-10:2009 «Світильники. Частина 2. Окремі вимоги. Розділ 10. Світильники переносні дитячі» [2].

Світильники дитячі, виготовляють і прикрашають веселими і барвистими зображеннями мультиплікаційних героїв, забавних звіряток, ляльок і т. д., які гарантовано будуть піднімати настрій вашої дитини, служачи прикрасою її кімнати і забезпечуючи їй нормальний рівень освітлення.

Асортимент продукції виробництва «Zhongshan Bailiwei Lighting Co.Ltd», Китай представлено в табл. 1, який нараховує 28 моделей, понад 90 найменувань, що різняться кольором, формою, відображаючи фігури різних звірят, а також потужністю компактної люмінесцентної лампи.

Таблиця 1 – Потужність деяких світильників в залежності від моделі та кольору

Код	Модель	Колір моделі	По кольору				Потужність лампи	
MT831A PL-2U- 18W	RE 0123	рожевий	Red	1	червоний		11W	1
	RE 0143	жовтий	Pinc	2	рожевий		13W	2
	RE 0163	зелений	Orange	3	оранжевий		18W	3
	RE 0173	голубий	Yellow	4	жовтий		27W	4
MT1305A PL-2U- 13W	RE 0212	червоний	Green	5	зелений			
	RE 0232	оранжевий	Blue	6	голубий			
	RE 0242	жовтий	White	7	білий			
	RE 0272	голубий	Black	8	чорний			
			Silver	9	срібло			
			Light-blue	10	світло-голубий			

Світильники переносні дитячі виробництва фірми «Zhongshan Bailiwei Lighting Co. Ltd», Китай повинні відповідати технічним регламентам: технічний регламент з електромагнітної сумісності (ЕМС) та технічний регламент безпеки низьковольтного електричного обладнання (НВ), що є необхідною і достатньою умовою для реалізації продукції через торгову мережу в Україні.

Згідно із процедурою підтвердження відповідності, на сьогоднішній день, не проводяться дослідження продукції, а декларація відповідності видається на основі необхідного пакету документів, які подані заявником. Необхідною умовою в даному випадку – є наявність протоколів по технічним регламентам ЕМС і НВ Міжнародної акредитованої лабораторії.

Дослідження проведені в науково-дослідному центрі випробувань електричних ламп та технологічного обладнання (ЦВЕЛ) державного підприємства «Полтавський регіональний науково-технічний центр стандартизації, метрології та сертифікації», що акредитований відповідно до вимог ДСТУ ISO/IEC 17025:2006 Національним агентством з акредитації України (НААУ), атестат акредитації № 2Н288.

Для дослідження, на відповідність вимогам було відібрано світильник моделі MT1309A (голубий) 220-240В/50-60Гц, який укомплектова-

ний люмінесцентною одноцокольною лампою з цоколем 2G7, потужністю 13Вт.

Отримані результати свідчать про те, що продукція виробництва «ZHONGSHAN BAILIWEI LIGHTING CO., LTD», Китай при перевірці незалежною лабораторією державного підприємства «Полтавастандартметрологія» відповідає всім вимогам безпеки технічних регламентів і вимогам діючих нормативних документів, а саме ДСТУ ІЕС 60598-1:2014 «Світильники. Частина 1. Загальні вимоги і випробування» і ДСТУ ІЕС 60598-2-10:2009 «Світильники. Частина 2. Окремі вимоги. Розділ 10. Світильники переносні дитячі»

На основі отриманих результатів дослідження пропонуються наступні пропозиції:

1. Для отримання споживачами достовірної інформації про якість дитячих світильників і сприянню створення бар'єрів для попадання на внутрішній ринок України неякісної продукції, доцільно рекомендувати проводити добровільну сертифікацію (оцінку відповідності) дитячих світильників.

2. Рекомендувати національним органам з оцінки відповідності впровадити обов'язкову перевірку дитячих світильників на відповідність вимогам безпеки технічного регламенту з використання шкідливих речовин.

Список використаних інформаційних джерел

1. Світильники. Частина 1. Загальні вимоги і випробування (ІЕС 60598-1:1999, IDT) : ДСТУ ІЕС 60598-1:2014. – [Чинний від 2015-07-01]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2013. – 123 с. – (Державний стандарт України).
2. Світильники. Частина 2. Окремі вимоги. Розділ 10. Світильники переносні дитячі. (ІЕС 60598-2-10:2003, IDT) : ДСТУ ІЕС 60598-2-10:2009. – [Чинний від 2011-01-01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2011. – 10 с. – (Державний стандарт України).

БЕЗПЕЧНІСТЬ ПОЛІМЕРНОГО ПАКОВАННЯ

О. С. Скубій, ТҚД-41і;

І. В. Шурдук, науковий керівник, к. т. н., ст. викладач кафедри товарознавства непродовольчих товарів, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В даний час в світі виробляється більше 100 млн т. полімерів, значна частина їх використовується в харчовій та будівельній промисловості. Негативні соціально-економічні наслідки накопичення твердих побутових відходів та проблеми екологічної безпеки потребують введення нових підходів щодо вирішення даної проблеми. Накопичення відходів також приводить до погіршення здоров'я населення, росту захворювань, зниження реальної якості життя.

В роботі проаналізовані фактори, що впливають на безпечність полімерного пакування, та виявленню актуальні напрямки вирішення даної проблеми на території України.

Проблеми екологічної безпеки можна відобразити за допомогою факторів й тенденцій розвитку ринку гнучкої упаковки. За прогнозами SmithersPira, світовий ринок до 2016 р. збереже зростання у цій галузі на рівні 4,5 %. При цьому очікувана до цього періоду ємність ринку в натуральному вираженні повинна скласти близько 22,5 млн т, в порівнянні з ємністю ринку на 2011 р. – 18,1 млн т. Найбільші темпи зростання за 2011 р. забезпечили такі регіони: Азія – 6,2 %, Центральна і Західна Європа – 4,4 %, Південна і Центральна Америка – 3,9 %. Ці зони до 2016 р. збережуть лідерство, причому ринок Центральної і Західної Європи поступиться позиції ринку Південної та Центральної Америки [1].

Сучасний період розвитку ринку полімерних матеріалів, постійне зростання вимог до їх якості і запитів з утилізації полімерних відходів виробництва та споживання характеризується формуванням ряду факторів, відповідальних за екологічну безпеку у сферах виробництва та споживання.

Слід підкреслити, що з міркувань екологічної безпеки можуть застосовуватися тільки ті полімерні матеріали та вироби, які відповідають вимогам Гостів, ТУ і мають задовільними санітарно-гігієнічними показниками.

Основною законодавчо-нормативною базою щодо застосування полімерних матеріалів, які контактують з харчовими продуктами є: Закон України «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення», «Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини», Гігієнічні нормативи «Гранично допустимі кількості хімічних речовин, які виділяються із полімерних матеріалів, які контактують з харчовими продуктами» (з доданням до них списком усіх діючих на даний момент документів санітарно-гігієнічного характеру), «Перелік матеріалів, виробів і обладнання, дозволених МОЗ для контакту з харчовими продуктами і середовищами». Проблема нормативного забезпечення полімерного пакування в Україні стоїть досить гостро. Підприємства, що займаються виробництвом полімерних пакувальних матеріалів, керуються, як правило, власними ТУ, де не відображені конкретні вимоги щодо безпеки та утилізації даного виду продукції.

В роботі проведено вивчення показників безпеки заливок рибних пресервів. Об'єктами для дослідження було обрано пакування полімерне таких торгових марок як: «Глибина», «Аго», «Розумний вибір». Для дослідження готові упаковки із поліпропілену заливали 6 %-м розчином оцтової або лимонної кислоти з додаванням 2–5 % кухонної солі, імітуючи заливку пресервів. Через 10, 15 і 30 днів визначали орга-

нолептичні властивості, токсичних елементів (мідь, свинець, кадмій, цинк, миш'як). В результаті проведеного дослідження було виявлено тенденцію до накопичення токсичних елементів у заливках, вміст яких не перевищував гранично допустимих.

До пріоритетних напрямків удосконалення безпеки полімерних матеріалів і тари належать: збір і аналіз даних про можливість міграції речовин полімерів як при виробництві і переробці матеріалу, так і при експлуатації; розробка єдиних методик для проведення токсикологічних досліджень, єдиних методик і критеріїв безпеки для застосування нових полімерів і науково-гігієнічних показників; вивчення пливу полімерних матеріалів, які контактують із продовольчими товарами, на метаболізм харчових продуктів у організмі; оцінка етапів та умов забруднення речовинами, які мігрують із полімерів і продукції різних галузей харчової промисловості; удосконалення діючих інструктивно-методичних і нормативних документів з урахуванням сучасних вимог науки і практики; розробка гігієнічної класифікації матеріалів щодо ступеня безпеки для здоров'я населення вивчення можливостей використання вторинних матеріалів для контакту з продовольчими товарами [2].

Таким чином, вітчизняним виробникам полімерного пакування слід долучитися до вищесказаних закордонних компаній-виробників, більше уваги приділяти питанням збереження навколишнього середовища та населенню землі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бухало С. И. Об утилизации полимерных отходов как комплексе инновационных проектов / С. И. Бухало, А. В. Сериков, О. И. Ольховская // Вестник НТУ «ХПИ». – Харків, 2012. – № 10. – С. 160–166.
2. Бут О. Рынок в масштабе / О. Бут // Мир Упаковки. – Киев, 2012. – № 10. – С. 22–25.

ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В СТРУКТУРЕ РЕАЛИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА ТРИКОТАЖНОГО БЕЛЬЯ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Л. Г. Стрелкова, Ч-51;

В. Е. Сыцко, научный руководитель, д. т. н., профессор,
профессор кафедры товароведения УО «Белорусский торговো-
экономический университет потребительской кооперации»

В условиях жесткой конкуренции, как на внутреннем, так и на внешнем рынках перед организациями, занимающимися реализацией трикотажных товаров, стоит серьезная задача закупа конкурентоспособной продукции [1, с. 155].

Объектом исследования выбрана региональная торговая сеть (12 тор-

говых объектов), осуществляющая торговлю трикотажными бельевыми товарами.

В ходе выполнения исследовательской работы был изучен практический материал деятельности торговых организаций региона за 2014–2016 годы по реализации трикотажного белья.

Информационной базой исследования являлись материалы Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, экономические данные региона за 2014–2016 годы, учебная и периодическая литература, Интернет-ресурсы.

Применяемые методы исследований – анализа информации (сравнение, логический метод, аналогия, наблюдение, собственно анализ).

В ходе исследования выявлено, что потребитель стал более требовательным к качеству реализуемых товаров. Кроме безопасной продукции, он желает приобретать товары с инновационными потребительскими свойствами по приемлемой цене, что возможно только благодаря новейшему оборудованию, передовым технологиям, тщательному отбору сырья и материалов белорусскими производителями. Все это позволяет создать изделия высокого качества [1, с. 158–159].

Анализ практических данных показывает, что в последние годы отечественные производители бельевых трикотажных изделий полностью обеспечивают в нём потребность внутреннего рынка. Товары пользуются повышенным спросом и за пределами Республики, что объясняется их высокими гигиеническими, эксплуатационными и экономическими показателями. Эти изделия обладают эластичностью, мягкостью, хорошей растяжимостью, равномерно и плотно облегают тело человека, не образуя морщин и складок и не стесняя его движений. Благодаря специфической структуре полотна белорусское трикотажное бельё создает благоприятные условия для функционирования организма: оно обладает высокой проницаемостью для воздуха, паров, повышенной теплоизолирующей способностью.

По своим эстетическим свойствам трикотажные бельевые изделия характеризуются превосходным внешним видом полотен вследствие объемности их структуры и создаваемых переплетений, узоров и рисунков, что производит благоприятное впечатление. Трикотажное бельё высокоэкономично, поскольку затраты труда и сырья на его изготовление значительно ниже, чем на изготовление белья из тканей; эффективность капиталовложений на его производство выше, чем на производство белья из тканей.

В структуре реализации трикотажного белья около 70 % приходится на традиционный бельевой трикотаж в соответствии с признаком целевого назначения. Однако в последнее время появилась интересная и довольно яркая тенденция на рынке трикотажного белья – бельё функционального направления. Его активно закупают торговые предприятия региона. Данное бельё востребовано и хорошо продается, о

чем свидетельствуют экономические данные и расчёты.

Сегодня в торговой сети Гомельского региона, кроме традиционного бельёвого трикотажа, представлено:

- Около 2 % – медицинское бельё фирм «PennElasticGmbH», «BoosTextileElastics», «Lauma».

- Около 10 % – спортивное бельё, в т. ч. и из серии «спортивного гламура».

Основное назначение ассортимента: создать максимальный комфорт для движения, оказать необходимую поддержку груди, подчеркнуть форму.

- Примерно 4 % – бельё для мам.

Данный сектор бельё стремительно растёт и причина тому «беби-бум» второго тысячелетия. Предлагается богатый ассортимент, предназначенный для периода ожидания ребенка и для периода восстановления фигуры после его рождения.

В коллекциях можно найти, как повседневное бельё, так и fashion-lingerie для будущих мам, купальники и спортивные модели. Но все же основное назначение этих коллекций – предохранение от излишней нагрузки в области поясницы, поддержание растущего животика, предотвращение неэстетичного растягивания кожи, а позже – восстановление жизненно важных функций.

- 1–2 % – бельё больших размеров.

Этот ассортимент также пользуется огромным спросом. Для бельё больших размеров необходимы свои «особые» полотна и фурнитура, правильно рассчитанные и сбалансированные конструкции.

- Почти 12 % – термобельё.

Это функциональное нижнее бельё, основным назначением которого является сохранение тепла и отвод влаги с поверхности тела. Термобельё используется как для повседневной носки, так и для занятий спортом, охотой, рыбалкой, активным отдыхом и т. д. Термобельё может быть выполнено из полиэстера, полипропилена, шерсти, хлопка или их сочетания. Содержащийся в нём воздух создаёт защитную прослойку из теплового воздуха между кожей и холодной внешней средой.

При физической нагрузке кожа человека выделяет влагу (пот), которая, накапливаясь в ткани обычного бельё, снижает его теплоизоляционные свойства, а в термобелье она отводится от тела. Защитная прослойка из теплового воздуха за счёт разницы давления выталкивает влагу из термобелье. Это снижает теплопотери организма в холодную погоду, добавляет ощущение комфорта и защищает организм от переохлаждения и перегрева. Возможно в термобелье использовать нить X-Static – нейлоновую нить, покрытую слоем металлического серебра для усиления бактерицидного эффекта.

Выпуском термобелье занимаются 6–7 производителей, известных

во всем мире. Как правило, уровень цен на их продукцию обусловлен функциональностью и позиционированием на рынке.

В Республике Беларусь некоторыми отечественными предприятиями уже освоен выпуск термобелья: ООО «Гран Партнер» торговая марка «MarkFormelle» и ООО СП «SERGE», однако в торговой сети пока массово представлено термобельё «MarkFormelle», изготовленное из инновационного немецкого полотна Trevira™.

Особый способ вязания полотна, предусматривающий воздушные ячейки, соединяющих основу полотна с верхним слоем, придаёт изделиям особые гигиенические и термические свойства. Такое бельё:

- хорошо сохраняет тепло, причем при более низкой температуре воздуха происходит накопление тепла;
- не накапливает влагу (в отличие от хлопковой основы полотна, где хлопок впитывает влагу);
- очень нежно облегает фигуру, благодаря своей воздушности почти неощутимо на теле (эффект второй кожи);
- при носке не дает ощущения многослойности в одежде (в отличие от обычного нижнего белья);
- рекомендовано для любого возраста и людям с чувствительной кожей.

Таким образом, реализация ассортимента выше обозначенных бельевых трикотажных изделий позволит не только укрепить торговле свои позиции на освоенных рынках, но и завоевать доверие новых потребителей, т. к. конкурентоспособность товаров народного потребления в настоящее время стала особенно острой.

Список использованных информационных источников

1. Целикова, Л. В. Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров / Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование: материалы III международной научно-практической интернет-конференции. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ХЛОПЧАТОБУМАЖНЫХ ТКАНЕЙ И ШТУЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ НИХ

Ю. Н. Корнилова;

***К. И. Локтева, научный руководитель, к. т. н., доцент, доцент
кафедры товароведения Учреждения образования «Белорусский
торгово-экономический университет потребительской кооперации»***

Текстильная промышленность в Республике Беларусь хорошо развита. Отечественными предприятиями в широком ассортименте выпускаются различные ткани, искусственный мех, нетканые материалы, ковры и ковровые изделия.

При этом в структуре ассортимента выпускаемых тканей хлопчатобумажные ткани находятся на втором месте по объемам выпуска, уступаая лишь тканям из химических волокон [1].

Лидирующее положение на рынке хлопчатобумажных тканей республики занимает ОАО «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение» (БПХО). Предприятие выпускает пряжу, ткани, нетканые материалы и готовые швейные изделия (в основном постельное, столовое белье). Наибольшим объемом производства характеризуются ткани готовые, в 2016 г. их произведено 43 459 тыс. м² и, по сравнению с 2014 г., наблюдается увеличение объемов производства на 83,2 % [2].

Повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции невозможно без систематической работы в области инноваций.

Для удовлетворения покупательского спроса были разработаны новые структуры тканей для постельного белья, в том числе ситец хлопчатобумажный шириной 220 см и поверхностной плотностью 118 г/м², оформленный рисунками с теневой печатью, а также ситец хлопчатобумажный шириной 220 см и поверхностной плотностью 97 г/м².

Разработка новых видов платьельно-костюмных и одежных тканей ведется по следующим направлениям: разработка хлопчатобумажных тканей повышенной линейной плотности с современными ткацкими рисунками – с эффектами ручного ткачества (непропрядами) и узорами кареточного переплетения; «ломаная саржа»; комбинации разнообразных элементов; разработка смесовых тканей: хлопкольняных, хлопкополиэфирных, трехкомпонентных.

Новым направлением в разработке платьельно-костюмного ассортимента является применение новых видов волокон и пряжи (фасонная пряжа, эластичные нити).

С целью расширения ассортимента столового белья и для более рационального раскроя ткани были разработаны ткани: для полотенец шириной 45 см; для салфеток шириной 100 см.

Все виды ткани оформляются современными набивными рисунками и видами отделок.

Внедрены в производство новые коллекции швейных изделий: для постельного белья «La roesie» с использованием сатина и ткани с бамбуковой пряжей; для столового белья «Хозяюшка» с различными видами упаковок «конфетка», «тубус», «рожок».

Выпущены коллекции комплектов постельного белья в комбинации набивных и гладкокрашенных тканей.

Внедрена новая торговая марка постельного и столового белья – «Паулінка», где графическая визуализация решена в национальных традициях, что выделяет ее на торговых полках.

Выпущена новая линия постельных принадлежностей: подушки, одеяла, наматрасники.

Внедрена в производство новая коллекция под ТМ «Блакит Детский». Новая торговая марка «Соблазн» предлагает покупателю комплекты постельного белья из гладкокрашеного сатина-жаккарда [2].

С целью обеспечения высокого качества на БПХО применяются качественные красители известнейших в мире фирм, что гарантирует экологичность и безопасность для здоровья и наследственности.

Разработка нового ассортимента проводится с целью повышения его конкурентоспособности, увеличения импортозамещения хлопчатобумажной продукции в республике, максимального удовлетворения требованиям каждого покупателя.

Список использованных информационных источников

1. Национальный статистический комитет РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/>. – Дата доступа 09.02.2017. – Заглавие с экрана.
2. ОАО «БПХО» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.blakit.by/>. – Дата доступа 20.02.17. – Заглавие с экрана.

ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ В СТРУКТУРЕ НАПРАВЛЕНИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА СМС

Т. В. Ключач, Чс-41;

***Л. В. Целикова, научный руководитель, к. э. н., доцент,
доцент кафедры товароведения УО «Белорусский торгово-
экономический университет потребительской кооперации»***

Сегодня на потребительском рынке Республики Беларусь предлагается продукция синтетических моющих средств различных предприятий – изготовителей самого широкого видового ассортимента.

В связи с этим проблема выбора правильного синтетического моющего средства для стирки изделий представляет особую остроту и значимость для сферы потребления. Правильно сформированный ассортимент в торговле, не обманувший ожидания потребителя, глубокие знания товара, позволяющие правильно акцентировать его внимание на выигрышных преимуществах и особенностях СМС, только усилят результативность хозяйственной деятельности и конкурентоспособность субъектов хозяйствования на рынке.

Ассортимент товаров в розничной торговле представляет собой предложение товаров. Поэтому он должен стимулировать потребителя к покупке и быть шире, чем номенклатура спрашиваемых товаров, с тем, чтобы обеспечить выбор. В таком случае ассортимент будет активно воздействовать на спрос, формировать новые потребности.

Как известно, ассортимент, качество и конкурентоспособность товаров оценивают потребители. В условиях жёсткой конкуренции для

торговых организаций важно правильно выбрать ассортиментную политику с целью более полного удовлетворения возросших требований населения в высококачественной и конкурентоспособной продукции. От состава и обновляемости ассортимента непосредственно зависят рост товарооборота и ускорение реализации товаров.

Отсутствие в торговле нужных товаров, их узкий, нестабильный или несоответствующий запросам потребителей ассортимент порождает неудовлетворенный спрос, что отрицательно сказывается на эффективности торговли. Выше сказанное определяет актуальность выбранной темы научного исследования [1, с. 108].

Объектом исследования были выбраны СМС, представленные на потребительском рынке Республики Беларусь, а предмет – их конкурентные преимущества, влияющих на решение потребителей о приобретении СМС.

Целью исследования явилось изучение покупательских предпочтений в области ассортимента СМС и оценка их конкурентных преимуществ для потребителя.

Информационной основой работы явились данные социологических исследований. В процессе проведения исследования была составлена анкета. При анкетировании опрошено 63 респондента: мужчины и женщины в возрасте от 15 лет до свыше 55 лет, состоящие и не состоящие в браке, с различным уровнем доходов, проживающие в городе и сельской местности, имеющие различный род занятий (рабочие, служащие, учащиеся, студенты, пенсионеры и безработные и пр.).

Нас интересовал вопрос: «Как складываются предпочтения покупателей в зависимости от их возраста, семейного положения и пола?». Результаты обработки анкет показали, что СМС при стирке пользуются все покупатели, мылом хозяйственным и вспомогательными средствами меньше. Причем, молодежь и покупатели пожилого возраста предпочитают СМС и мыло хозяйственное, среднего возраста – СМС и вспомогательные средства для стирки. Мужчины при стирке пользуются в основном СМС и мылом хозяйственным, а женщины – всеми их видами. Большинство потребителей удовлетворяет представленный на рынке ассортимент СМС. Это – 96 %, и только 4 % респондентов высказали неудовлетворенность (отмечали недостаточное количество СМС для стирки детской одежды). При этом, их консистенция важна для 57 % (отмечали их привычность в виде гранул), для 36 % консистенция не имеет значение, и только для 7 % респондентов предпочтительнее моющее средство в виде пасты. В целом покупатели отдают предпочтения импортным СМС, и только покупатели пожилого возраста – отечественным. Среди отечественных торговых марок наибольшим спросом пользуются линейки таких СМС как: Маг, Мара, Новый Лотос, Айсберг, Вискан, Белль, а из импортных – стиральные порошки Ариель, Тайд, Персил, Лоск, БиМакс, Икси [1, с. 109].

Основными факторами, определяющими выбор покупателя, является цена и советы знакомых. От знакомых и друзей о новинках узнают 29 %, из СМИ – 21 %, На вид упаковки и рекламу покупатели практически не обращают внимания. Только 44 % опрошенных внимательно изучают маркировку продукции, состав компонентов, входящих в СМС, для остальных респондентов она не имеет значение. Незначительное количество потребителей узнает об особенностях и новинках продукции СМС от продавцов.

На вопрос «Часто ли Вы пользуетесь советом продавца-консультанта по выбору СМС?», положительно ответило 12 % респондентов. Наиболее важным фактором, влияющим на решение потребителя приобрести то или иное СМС, оказался собственный опыт.

Исследование показало, что большинство потребителей отдает предпочтение СМС с отбеливателем и универсальным, меньшее количество потребителей предпочитают низкопенные СМС. На запах стирального порошка обращали внимание все потребители, участвующие в опросе. Для 79 % респондентов запах порошка вызывает приятные ощущения, 12 % не имеет значение, 9 % респондентов отдушки, добавленные в порошки, вызывают раздражающие, неприятное ощущение.

На ароматические добавки, входящие в состав композиции моющего средства не обращают внимание только покупатели более старшего возраста. Покупатели в возрасте от 15 до 25 лет предпочитают при стирке использовать только универсальные СМС, а также и хлостые мужчины. Покупатели более старшего возраста используют и универсальные, и специальные СМС. Наибольшим спросом у покупателей пользуются порошкообразные СМС, упакованные в картонные коробки или полиэтиленовые пакеты, да и ассортимент паст и жидких моющих средств достаточно узкий и редко увидишь их в продаже, Пасты, упакованные в полиэтиленовые банки, имеют непривлекательный вид [1, с. 110].

Нами анализировалось: «Как на покупательские предпочтения СМС влияют такие факторы как уровень доходов, место жительства и род занятий?». Полученные результаты подтвердили наше предположение, что независимо от уровня доходов, места жительства и рода занятий покупатели при стирке широко используют СМС.

Большинству потребителей стиральных порошков хватает на срок до 3 месяцев, при этом респонденты предпочтение отдают стиральным порошкам от 1 500 г. До 1 месяца потребители используют порошки любой расфасовки и более экономные потребители (приобретающие порошки до 300 г) и прочие респонденты. В большей степени приобретают стиральные порошки: Ариэль, Миф, Тайд, Мара, Эйприл. В меньшей степени: Сорти, Универсал, Дося, Пемос. Покупатели с более высоким уровнем доходов отдают предпочтение импортным торговым маркам. Это – BIMAX, ARIEL, IXI, Кашемир, Ласка, а с невысоким

уровнем доходов – Е, Сорти, Пемос, Дося, т. к. их отличает невысокая цена и достаточное качество, из отечественных – Универсал, Биомаг, Мара, Чайка, Новый лотос, Вискан, ХQ. При этом потребители отметили порошки, в которых наиболее часто встречаются дефекты: Винни, Универсал, Новый Лотос-автомат, Фея, Биомаг.

Наиболее часто встречаемые дефекты: нарушение упаковки, плохая растворимость, неприятный запах. Городские жители имеют возможность выбирать и использовать различные моющие средства в отличие от сельских, т.к. товары данной группы в городских магазинах представлены в более широком и разнообразном ассортименте. Поэтому у горожан пользуются спросом универсальные и специальные моющие средства, особенно у тех, кто работает и имеет более высокий уровень доходов.

Что касается консистенции, то порошкообразными СМС пользуются все покупатели независимо от места жительства, уровня доходов и рода занятий, а вот жидкими и пастообразными – покупатели с более высоким уровнем доходов, проживающие в городе (работающие и пенсионеры).

Следует отметить, что все выше перечисленные факторы покупательских предпочтений необходимо изучать и рассматривать комплексно и ориентироваться на них при формировании ассортимента в торговой сети.

Список использованных информационных источников

1. Целикова Л. В. Синтетические моющие средства и особенности их применения / Л. В. Целикова, Т. В. Ключач // Наука и молодежь в XXI веке : сборник тезисов II международной молодежной научно-практической интернет-конференции (г. Полтава, 1–2 декабря 2016 года). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 108–110.

РОЛЬ ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ АССОРТИМЕНТА МЕБЕЛИ

И. С. Сусиков, 4-51;

***Л. В. Целикова, научный руководитель, к. э. н., доцент,
доцент кафедры товароведения УО «Белорусский торгово-
экономический университет потребительской кооперации»***

Покупательские требования к мебельным товарам нами изучались в зоне деятельности региональных торговых предприятий «АМИ мебель» (г. Гомель) УП «Торговый Дом «Лагуна». В этой связи в регионе было проведено социологическое исследование с опросом 500 человек (семей).

Анализ результатов позволяет сделать вывод о том, что покупатели предъявляют разнообразные требования к качеству мебельных това-

ров. Уровень их значительно выше, чем требования в действующих стандартах, в которых определены требования к качеству материалов и сборки, а покупатели предъявляют конкретные и разнообразные требования к эксплуатационным характеристикам мебели, её эстетическим свойствам и надежности. Все эти покупательские предпочтения следует учитывать при формировании оптимального ассортимента мебели в торговых объектах конкретного региона [1, с. 155–157].

72 % опрошенных покупателей считают недостаточно широким ассортимент кухонной мебели, 88 % покупателей – кресел-кроватей; 68 % указывают на узкий ассортимент спальных гарнитуров, 38 % – мебели для прихожей; 85 % не удовлетворены очень узким ассортиментом прочей мебели: подставок под цветы, РЭА и др.

Поскольку в структуре реализации наибольший удельный вес принадлежит мягкой мебели, то акцент в исследовании был сделан именно на неё. Из результатов опроса ясно, что при покупке в первую очередь покупатели обращают внимание на внешний вид мебели, а мягкой – на обивку мебели, так как мебельно-декоративные материалы должны соответствовать тем условиям, в которых они будут эксплуатироваться. Для 89 % очень важно, чтобы они имели защитное покрытие или устойчивый к загрязнению в условиях эксплуатации состав. 75 % опрошенных не желают приобретать мебель с ворсовой обивкой, например, флок, шенил и др., т. к. материал со временем может быстро «попысеть».

На вопрос: «Какой обивочный материал по волокнистому составу Вы предпочитаете?» ответили: 49 % предпочитают хлопок; 30 % – лен, 5 % – шелк, 12 % – смесовые ткани, 2 % – не задумывались, 2 % – все равно. Исходя из представленного на рынке современного ассортимента обивочных тканей, целесообразно рекомендовать покупателям приобретать мягкую мебель с обивкой из синтетических тканей последнего поколения. Эти материалы воздухопроницаемы и гипоаллергенны. Также следует рекомендовать хлопок с защитной пропиткой спокойных тонов. Лучше, если ткань гладкая. Она не собирает пыль.

На соответствие обивочных мебельно-декоративных тканей в мягкой мебели назначению помещения и привычкам потребителей обращают 92 %. Четверть из них желает приобретать мебель с обивкой темных тонов и гладких фактур. На рельефной поверхности, отмечают потребители, возможны стойкие затяжки, которые невозможно исправить. Обивочные ткани с рельефной поверхностью не удобны в эксплуатации для тех респондентов (23 %), у которых есть домашние питомцы. Мебель с обивкой темных тонов и огнестойким эффектом удобна для курящих семей (отметили 18 %). Безусловно, для помещений, где много курят, мебель, обитая тканями с пушистой поверхностью, не подходит. Она желтеет, впитывает сигаретный дым, сохраняет неприятный запах.

Обивка мебели является одним из основных элементов в фокусе потребителя еще и потому что, изменив обивку по цвету или рисунку, можно полностью изменить восприятие мебели. Мебель является активным участником колорита помещения, поэтому очень важен цвет обивочных тканей.

Сегодня инновационным направлением в мебели является соединение разных материалов, материалов разных фактур или материалов разных цветов, оттенков (усиление или ослабление цвета) в одном изделии. При этом, цвет или рисунок не должен соперничать с формой самой конструкции. Выяснено, что при покупке мебели отдается предпочтение не только материалам спокойных тонов, но материалам «сафари», имитирующих мех дикого животного. Поэтому основным показателем сенсорных свойств мебели при её покупке остается все же цвет. Респонденты (46 %) отметили, что в одном цвете (расцветке) и одном материале обивки (жаккарды и гобелены) наборы мягкой мебели имеют разную цену, и их это беспокоит. Продавцу-консультанту следует разъяснять покупателям, что материалы для обивки мебели делятся на классы или категории, объединяя их по стоимости. Их количество может достигать 5–9. Самые дешевые – это хлопковые ткани с набивным рисунком, в основном для детских комнат. Самые дорогие – эксклюзивные варианты натуральных тканей, жаккарды и гобелены модных расцветок и рисунков со сложной выработкой из дорогих натуральных нитей разного волокнистого состава (что и определяет цену набора), а также современные высокотехнологичные синтетические ткани, например, арпатеки. Посередине – наиболее популярные материалы, классифицируемые по сложности технологии производства, стране-производителю, актуальности расцветки. Например, шенилы и флоки без защитной пропитки оцениваются ниже, чем они же с пропиткой. При равных показателях устойчивости к внешним воздействиям в более высокую категорию попадают материалы, дизайн которых смотрится более актуально и модно.

Положительно относятся к новинкам и готовы экспериментировать и покупать 72 % опрошенных. 43 % потребителей предпочитают кожаную обивку мягкой мебели. Однако половина из них желает обивку из искусственной кожи. Потребители предпочитают (33 %) импортные материалы и мебель отечественным, хотя она и дороже. Белорусская мебель с высокими функциональными показателями несколько отстает от импортной по эстетическим свойствам, а как представляется, вопрос моды, престижности и дизайн играют не последнюю роль при выборе мебели.

В общем виде основные (усредненные) причины неудовлетворенного спроса покупателей ассортиментом мебели в целом в г. Гомеле представлены в таблице 1. Успех торговли, прежде всего, определяется степенью покупательских предпочтений, поскольку её конечная цель – реализация товаров и получение прибыли.

**Таблица 1 – Причины неудовлетворенного спроса
ассортиментом мебели**

Причины неудовлетворенного спроса	% покупателей, обозначивших данные причины в отношении мебели	
	отечественной	импортной
Высокая цена	58,0	92,0
Качество изготовления	11,0	3,0
Конструкция	23,0	8,0
Дизайнерское решение	14,0	6,0
Цветовое оформление	12,0	10,0
Самостоятельность комплектования набора	34,0	42,0
Тщательность подбора фурнитуры	18,0	2,0
Качество отделки	25,0	7,0
Размерные характеристики	3,0	9,0
Возможность трансформации	10,0	4,0
Легкость перемещения и сборки	14,0	6,0
Возможность приобретения в кредит	15,0	17,0
Вид обивочной ткани в мягкой мебели	14,0	6,0
Фактура поверхности обивочной ткани	7,0	3,0

Примечание. Собственная разработка на основе социологического опроса

Приведенные данные указывают на необходимость систематического изучения спроса покупателей и их предпочтений для оперативного принятия решений по оптимизации структуры ассортимента мебели в торговых объектах сети.

Список использованных информационных источников

1. Целикова Л. В. Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров / Л. В. Целикова, В. Е. Сычко // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование : материалы III международной научно-практической интернет-конференции. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.

ОСОБЕННОСТИ В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТОВАРА

Т. А. Шимановская, Чс-41;

**Л. В. Целикова, научный руководитель, к. э. н., доцент,
доцент кафедры товароведения УО «Белорусский торговое-
экономический университет потребительской кооперации»**

Гомельская область – это регион, деятельность которого особенно направлена на развитие и укрепление внешнеэкономических связей со странами постсоветского пространства, ныне объединившихся в СНГ.

Работа в Таможенном Союзе требует особого подхода в решении вопросов качества и конкурентоспособности отечественных товаров на территории всего единого таможенного пространства.

В Республике Беларусь правовую основу системы обеспечения качества и конкурентоспособности товаров составляет ряд нормативных правовых актов, а именно, законы Республики Беларусь: «О техническом нормировании и стандартизации», «Об оценке соответствия требованиям технических нормативных правовых актов (ТНПА) в области технического нормирования и стандартизации», «О защите прав потребителей», «О товарных знаках» и т. п. К нормативной основе, регулирующей качество и конкурентоспособность товаров можно отнести также ТНПА (СТБ и ГОСТы) на конкретный вид товара. Стандарты ИСО серии 9000, принятые в республике в качестве СТБ, требуют также от отечественного производителя обеспечения определенного уровня качества товаров на внутреннем и внешнем рынке.

Инновации в оценке конкурентоспособности товаров сегодня связывают с её исследованием, как с позиции потребителя, производителя, так и посредника, независимого эксперта. Потребитель учитывает, что данная категория включает качество, цену, затраты на эксплуатацию и ремонт, рыночную долю, новизну, имидж продукции. Производитель основными ее элементами считает оборудование, сырье, методы управления, а как итог, себестоимость, рентабельность, эффективность хозяйствования. Для посредника – это рыночная доля товаров, их качество, цена, затраты на продвижение, реклама, виды каналов сбыта, а у независимого эксперта – имидж, платежеспособность, кредитоспособность, рентабельность субъекта, имидж выпускаемой продукции, её новизна, рыночная доля, качество, цена.

Все четыре позиции правильны, но только там, где они пересекаются и принимаются всеми участниками рынка, товар приобретает конкурентные преимущества и становится конкурентоспособным (качество, новизна, имидж, цена). Отметим, что обеспечение высокой конкурентоспособности товаров предусматривает и эффективное управление системой их качества. Если раньше в этой связи мы говорили об управлении только качеством товаров, то сегодня необходим акцент на такой составляющей системы качества как обеспечение качества и конкурентоспособности товаров.

В соответствии с целями исследования обратимся к качеству товаров как решающему фактору конкурентоспособности. Если производитель намерен сделать свою продукцию конкурентоспособной, он должен выбрать технологию производства, а затем как можно точнее выполнить выбранные технологические решения, обеспечивая при этом прогнозируемые потребности потребителя к качеству данной

продукции, которые интегрированы в интегральном показателе качества, отражающем закономерности развития продукции. Обеспечение высокого качества продукции невозможно без внедрения инновационных технологий. Инновационные технологии – это наборы методов и средств, поддерживающих этапы реализации нововведения. Различают различные виды инновационных технологий, такие как внедрение, тренинг (подготовка кадров и инкубация малых предприятий), консалтинг, трансферт, инжиниринг и другие [1, с. 155–159].

В структуре интегрального показателя выделим следующие его составляющие: технический уровень качества, оцениваемый техническими характеристиками и показателями сырья, материалов, комплектующих изделий и т. п.; качество изготовления, оцениваемое коэффициентом дефектности; качество в эксплуатации, оцениваемое в пределах гарантийных сроков; стабильность качества в сфере потребления, характеризующее обратную связь с потребителями через рекламации от покупателей по итогам эксплуатации продукции и ремонту за пределами гарантийных сроков. Обеспечение высокой конкурентоспособности в свою очередь предусматривает эффективное управление системой качества товаров.

В практике известно три модели системы обеспечения качества: 1-ая – при проектировании, разработке, производстве, монтаже и обслуживании продукции (ИСО 9001); 2-ая – при непосредственном производстве, монтаже и обслуживании продукции (ИСО 9002); 3-я – при окончательном изготовлении продукции, её контроле и испытаниях (ИСО 9003). Критерием соответствия выбранной модели является её адекватность, т. е. способность достичь соответствия продукции установленным требованиям.

Проведенный анализ системы качества на ЗАО «Атлант», показал, что одной из основных причин несоответствия качества многих моделей выпускаемой продукции является неадекватность применяемой модели системы качества на производстве. Некачественное изготовление продукции проявляется в виде случайного разброса параметров при проектировании, производстве, сбыте и эксплуатации продукции, что вызывает повышенные потери потребителей.

По степени значимости отказы продукции подразделены на: критические, значительные и незначительные. Появление первых исключает возможность дальнейшей эксплуатации продукции, снижает её эффективность. При оценке конкурентоспособности данные отказы имеют максимальную значимость, в то время как незначительные отказы оценены минимальным количеством баллов (таблица 1).

На производстве целесообразно применять первую модель управления системой качества, как наиболее эффективную, взамен при-

меняемой в настоящее время третьей модели. Установленные данной моделью требования направлены на удовлетворение потребителя посредством предупреждения несоответствия продукции на всех стадиях её жизненного цикла от проектирования до обслуживания. Установление допустимой вероятности отказов и допустимого уровня отказов позволит выявить технологические этапы, остро нуждающиеся в реконструкции, особом режиме обеспечения качества.

Таблица 1 – Характеристика основных видов отказа холодильников

Виды отказов	Коэффициент весомости
Критические	0,54
Значительные	0,40
Незначительные	0,04
Прочие	0,02
Итого	1,00

Примечание. Собственная разработка по данным организации [1, с. 160].

Жизненность предлагаемой системы обеспечения качества товаров подтверждается и реальными примерами. Так, японская система обеспечения качеством (СОК) предусматривает создание процесса производства, конечным результатом которого является крайне малый процент дефектных изделий (экономически допустимый процент брака). Попытки снизить брак ниже установленной величины не предпринимаются, т. к. это ведет к росту издержек. Главное средство достижения данной цели – совершенствование каждой фазы производственного цикла и особенно тех, которые являются постоянным источником брака. Такой подход значительно отличается от действующего у нас, когда брак обнаруживается и изымается после завершения технологических операций, что требует дополнительных затрат на организацию контроля качества. Контроль как интегрированная система управления качеством обеспечивается путем согласованной работы всех звеньев производства. В случае недостаточного внимания к деятельности в области качества предприятие может лишиться своих рынков и понести финансовые потери.

Список использованных информационных источников

1. Целикова Л. В. Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров /Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование : материалы III международной научно-практической интернет-конференции. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.

ИЗУЧЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА ПАРФЮМЕРНЫЕ ТОВАРЫ В РАЙОНЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОМЕЛЬСКОМ РАЙПО

А. В. Савченко, 4-51;

**В. Е. Сыцко, научный руководитель, д. т. н., профессор,
профессор кафедры товароведения УО «Белорусский торговое-
экономический университет потребительской кооперации»**

По официальной статистике, парфюмерно–косметическая продукция занимает 3-е место в Беларуси после пищевой промышленности и средств бытовой химии.

Рынок парфюмерии отечественные производители осваивают чуть более 10 лет. Срок по мировым меркам небольшой, ведь в истории успеха самых «именитых» западных брендов счет уже пошел на столетия. Сегодня уже более 50 предприятий страны выпускают парфюмерно-косметическую продукцию, причем 10 из них реализуют ее на рынке Европейского союза. Многие признают белорусский бренд парфюмерии, однако составляющие этого бренда – торговые марки отдельных производителей – еще не успели стать весьма узнаваемыми по причине огромнейшего количества наименований продукции. В этой связи вопросу рациональности формирования ассортимента парфюмерных товаров должно уделяться большое внимание, поскольку научную основу его формирования представляет информация о покупательском спросе [1, с. 155–156].

С учетом выше изложенного нами была составлена анкета и проведено социологическое исследование по изучению покупательских предпочтений, обуславливающих выбор покупки парфюмерных товаров [1, с. 159].

Гомельское райпо, как субъект хозяйствования, многоотраслевая организация, основной деятельностью которой являются розничная торговля, общественное питание, заготовительная деятельность, промышленность.

В Гомельском райпо реализуются парфюмерные товары только белорусских производителей: ЗАО «Дилис Косметик» (г. Минск), ООО «Миран-парфюм» (г. Минск), ЧУП «Азалия» (г. Гродно), ООО «Белпарфюмторг плюс» (г. Минск).

Установлено, что основными покупателями парфюмерных товаров являются женщины, среди опрошенных доля их составила 96 %. Наиболее часто покупки совершают мужчины и женщины в возрасте от 18 до 25 лет, удельный вес этой категории респондентов составил 38 %.

Среди факторов, влияющих на покупку товаров, потребители поставили на первое место: стойкость запаха – 43 %; цена – 23%; марка предприятия-изготовителя – 20 %; степень удобства нанесения и оригинальность флакона – 8 %; соответствие запаха моде – 6 %.

Мужчины скоро догонят женщин в пользовании парфюмерной продукцией. 96 % женщин и 84 % мужчин, проживающих в Гомеле, заявляют, что используют парфюмерию. Тем не менее, в потребительском и покупательском поведении мужчин и женщин заметны значительные отличия. Наиболее активными потребителями парфюмерии выступают респонденты среднего возраста – от 25 до 45 лет.

В отношении видов парфюмерной продукции мнения респондентов распределились так: использование туалетной воды предпочитают 58 % опрошенных; духами пользуются 32 %; дезодорантами – 8 %; одеколонами 2 %.

В ходе опроса выяснилось, что большинство респондентов предпочитают приобретать флаконы ёмкостью 30 мл (56 %), на втором месте ёмкость в 50 мл (32 %), флаконы ёмкостью по 100 мл приобретают 8 %, ёмкостью по 15 мл предпочитают приобретать 4 %.

Наиболее популярными местом покупки парфюмерной продукции являются сетевые и несетевые специализированные магазины – в них делают покупки 50 % респондентов, пользующихся парфюмом. 14 % опрошенных предпочитают заказывать парфюм по каталогам. Еще 12 % приобретают парфюм в интернет-магазинах. Интересно, что если заказ парфюмерии по каталогам в 4 раза чаще практикуют женщины, то в супермаркеты за парфюмерией, наоборот, в 4 раза чаще обращаются мужчины.

У 64 % респондентов приобретенные товары предназначены для личного пользования, 33 % покупателей приобретают парфюмерные товары для подарков.

Значительная часть опрошенных (63 %) предпочитает продукцию зарубежных производителей, 37 % – отдают предпочтение отечественным фирмам.

Интерес представило и мнение потребителей о главных недостатках парфюмерных товаров отечественных производителей. 12 % считают, что белорусская парфюмерия имеет неустойчивый запах, 25 % считают, что скромен набор букета запахов, 30 % опрошенных не довольны упаковкой изделий, 33 % респондентов считают, что отечественная парфюмерия не имеет рекламной поддержки.

Покупатели системы Гомельского райпо среди видов парфюмерных товаров наибольшее предпочтение отдают туалетным водам – 58 %, наименьшее – одеколонам – 2 %, духи востребованы у 32 % потребителей. Ассортимент парфюмерных товаров в магазинах Гомельского райпо не устраивает 51 % респондентов, частично устраивает – 29 % опрошенных, полностью удовлетворены ассортиментом данной товарной группы 20 % опрошенных. В настоящее время в пользовании одного потребителя находится в среднем около 4 флаконов парфюма. Есть ответившие респонденты, что они располагают только 1–2 флаконами парфюмерии. Большинство же опрошенных 66 % заявляют,

что в их личном пользовании находится от 3 до 6 и более флаконов.

Лидерами по популярности среди гомельчан остаются свежие ароматы. Почти 60 % опрошенных назвали их наиболее притягательными. Также в пятерку лидеров входят citrusовые, цветочные, фруктовые и древесные ароматы. В целом порядок ароматов в мужском и женском рейтинге популярности практически совпадает, хотя есть и исключения. Например, хвойный запах нашел в 2,5 раза больше поклонников среди мужчин (24 %), чем среди женщин (10 %), и в рейтинге мужских предпочтений занял второе место. Еще один аромат, получивший более высокую востребованность среди мужчин, чем среди женщин (в 1,5 раза) – мятный. А вот цветочные, фруктовые, экзотические и воздушные ароматы, наоборот, в 2 раза чаще нравятся женской аудитории, чем мужской. При этом древесные и парфюмерные ароматы практически в равной степени нравятся и мужчинам, и женщинам. 52 % женщин и 33 % мужчин заявили, что меняют ароматы в зависимости от сезона.

23 % респондентов в большей степени доверяют маркам парфюмерной продукции, рекламу которых видели в прессе и по телевизору. Ориентироваться на рекламу склонны скорее мужчины, чем женщины (26 % и 21 % соответственно).

Мужчины и женщины в равной степени пользуются консультацией продавцов при выборе парфюма. Около половины участников опроса отметили, что все чаще обращаются за информацией о парфюмерных товарах в интернет. Еще один любопытный факт – мужчины чаще склонны ориентироваться на мнение друзей и близких при покупке и использовании парфюмерной продукции. Кроме того, чаще прислушиваются к чужому мнению молодые потребители – в возрасте до 35 лет.

Касательно цен. Около 60 % респондентов признались, что по возможности стараются приобретать парфюмерную продукцию со скидками. Три четверти опрошенных заявили, что цена парфюмерной продукции является важным фактором при покупке.

Опрашиваемым также был представлен блок вопросов о том, почему они пользуются парфюмерией, какую статусность для них несет в себе этот продукт. 28 % респондентов указали, что пользование парфюмерией – это дань моде, 45 % опрошенных таким образом балуют себя и повышают своё положение в обществе. Парфюм, как способ привлечения внимания, используют 27 % гомельчан. И этот показатель выше среди женщин (50 %) и в молодежной аудитории (68 %). В ходе исследования также была выявлена многочисленная группа (49 %) респондентов, которые признались, что им нравится экспериментировать, чтобы получить оригинальный и глубоко индивидуальный результат. Особенно к такого рода экспериментам склонны респонденты с высоким уровнем дохода.

Резюмируя отметим, для формирования оптимального ассортимента парфюмерных товаров, который в наибольшей степени будет соответствовать запросам потребителей, необходим постоянный мониторинг предпочтений потребителей в отношении данной товарной группы [1, с. 160].

Список использованных информационных источников

1. Целикова Л. В. Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров / Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование : материалы III международной научно-практической интернет-конференции. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.

ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В СТРУКТУРЕ РЕАЛИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА ТРИКОТАЖНОГО БЕЛЬЯ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Л. Г. Стрелкова, 4-51;

В. Е. Сыцко, научный руководитель, д. т. н., профессор, профессор кафедры товароведения УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

В условиях жесткой конкуренции, как на внутреннем, так и на внешнем рынках перед организациями, занимающимися реализацией трикотажных товаров, стоит серьезная задача закупа конкурентоспособной продукции [1, с. 155].

Объектом исследования выбрана региональная торговая сеть (12 торговых объектов), осуществляющая торговлю трикотажными бельевыми товарами.

В ходе выполнения исследовательской работы был изучен практический материал деятельности торговых организаций региона за 2014–2016 годы по реализации трикотажного белья.

Информационной базой исследования являлись материалы Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, экономические данные региона за 2014–2016 годы, учебная и периодическая литература, Интернет-ресурсы.

Применяемые методами исследований – анализа информации (сравнение, логический метод, аналогия, наблюдение, собственно анализ).

В ходе исследования выявлено, что потребитель стал более требовательным к качеству реализуемых товаров. Кроме безопасной продукции, он желает приобретать товары с инновационными потребительскими свойствами по приемлемой цене, что возможно только благодаря новейшему оборудованию, передовым технологиям, тщательному отбору сырья и материалов белорусскими производителями. Все это позволяет создать изделия высокого качества [1, с. 158–159].

Анализ практических данных показывает, что в последние годы отечественные производители бельевых трикотажных изделий полностью обеспечивают в нём потребность внутреннего рынка. Товары пользуются повышенным спросом и за пределами Республики, что объясняется их высокими гигиеническими, эксплуатационными и экономическими показателями. Эти изделия обладают эластичностью, мягкостью, хорошей растяжимостью, равномерно и плотно облегают тело человека, не образуя морщин и складок и не стесняя его движений. Благодаря специфической структуре полотна белорусское трикотажное бельё создает благоприятные условия для функционирования организма: оно обладает высокой проницаемостью для воздуха, паров, повышенной теплоизолирующей способностью.

По своим эстетическим свойствам трикотажные бельевые изделия характеризуются превосходным внешним видом полотен вследствие объемности их структуры и создаваемых переплетений, узоров и рисунков, что производит благоприятное впечатление. Трикотажное бельё высоко экономично, поскольку затраты труда и сырья на его изготовление значительно ниже, чем на изготовление белья из тканей; эффективность капиталовложений на его производство выше, чем на производство белья из тканей.

В структуре реализации трикотажного белья около 70 % приходится на традиционный бельевой трикотаж в соответствии с признаком целевой назначения. Однако в последнее время появилась интересная и довольно яркая тенденция на рынке трикотажного белья – бельё функционального направления. Его активно закупают торговые предприятия региона. Данное бельё востребовано и хорошо продается, о чем свидетельствуют экономические данные и расчёты.

Сегодня в торговой сети Гомельского региона, кроме традиционного бельевого трикотажа, представлено:

- Около 2 % – медицинское бельё фирм «PennElasticGmbH», «BoosTextileElastics», «Lauma».
- Около 10 % – спортивное бельё, в т. ч. и из серии «спортивного гламура».

Основное назначение ассортимента: создать максимальный комфорт для движения, оказать необходимую поддержку груди, подчеркнуть форму.

- Примерно 4 % – бельё для мам.

Данный сектор белья стремительно растёт и причина тому «беби-бум» второго тысячелетия. Предлагается богатый ассортимент, предназначенный для периода ожидания ребенка и для периода восстановления фигуры после его рождения.

В коллекциях можно найти, как повседневное бельё, так и fashion-lingerie для будущих мам, купальники и спортивные модели. Но все же основное назначение этих коллекций – предохранение от излишней

нагрузки в области поясницы, поддержание растущего животика, предотвращение неэстетичного растягивания кожи, а позже – восстановление жизненно важных функций.

- 1–2 % – белье больших размеров.

Этот ассортимент также пользуется огромным спросом. Для белья больших размеров необходимы свои «особые» полотна и фурнитура, правильно рассчитанные и сбалансированные конструкции.

- Почти 12 % – термобельё.

Это функциональное нижнее бельё, основным назначением которого является сохранение тепла и отвод влаги с поверхности тела. Термобельё используется как для повседневной носки, так и для занятий спортом, охотой, рыбалкой, активным отдыхом и т. д. Термобельё может быть выполнено из полиэстера, полипропилена, шерсти, хлопка или их сочетания. Содержащийся в нём воздух создаёт защитную прослойку из теплого воздуха между кожей и холодной внешней средой.

При физической нагрузке кожа человека выделяет влагу (пот), которая, накапливаясь в ткани обычного белья, снижает его теплоизоляционные свойства, а в термобелье она отводится от тела. Защитная прослойка из теплого воздуха за счёт разницы давления выталкивает влагу из термобелья. Это снижает теплопотери организма в холодную погоду, добавляет ощущение комфорта и защищает организм от переохлаждения и перегрева. Возможно в термобелье использовать нить X-Static – нейлоновую нить, покрытую слоем металлического серебра для усиления бактерицидного эффекта.

Выпуском термобелья занимаются 6–7 производителей, известных во всем мире. Как правило, уровень цен на их продукцию обусловлен функциональностью и позиционированием на рынке.

В Республике Беларусь некоторыми отечественными предприятиями уже освоен выпуск термобелья: ООО «Гран Партнер» торговая марка «MarkFormelle» и ООО СП «SERGE», однако в торговой сети пока массово представлено термобельё «MarkFormelle», изготовленное из инновационного немецкого полотна Trevira™.

Особый способ вязания полотна, предусматривающий воздушные ячейки, соединяющих основу полотна с верхним слоем, придаёт изделиям особые гигиенические и термические свойства. Такое бельё:

- хорошо сохраняет тепло, причем при более низкой температуре воздуха происходит накопление тепла;
- не накапливает влагу (в отличие от хлопковой основы полотна, где хлопок впитывает влагу);
- очень нежно облегает фигуру, благодаря своей воздушности почти неощутимо на теле (эффект второй кожи);
- при носке не дает ощущения многослойности в одежде (в отличие от обычного нижнего белья);
- рекомендовано для любого возраста и людям с чувствительной кожей.

Таким образом, реализация ассортимента выше обозначенных бельевых трикотажных изделий позволит не только укрепить торговле свои позиции на освоенных рынках, но и завоевать доверие новых потребителей, т. к. конкурентоспособность товаров народного потребления в настоящее время стала особенно острой.

Список использованных информационных источников

1. Целикова Л. В. Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров / Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование : материалы III международной научно-практической интернет-конференции. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ: АСОРТИМЕНТНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА

А. О. Михайлик, ТЕМС-31;

**О.В. Манжура, науковий керівник, д. е. н., доцент
кафедри економічної теорії та прикладної економіки,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»**

Система споживчої кооперації функціонує на засадах взаємовиручки та взаємодопомоги не з метою отримання прибутку, а для поліпшення матеріального та соціального стану її членів. Важливим стимулом для них є отримання компенсації на власний пай або придбання якісних товарів за нижчими цінами [1, с. 144]. Але, як свідчить практика, ціни на товари і послуги у магазинах споживчої кооперації у більшості випадків є вищими за ринкові при меншій конкурентоспроможності товарної пропозиції.

Фінансові результати і конкурентна позиція підприємства залежить від формування ефективної цінової і асортиментної політики. Тому ключовим напрямом реформи системи споживчої кооперації є зміни принципів цінової і асортиментної політики через розвиток мережі відновлених або вдосконалених кооперативних магазинів самообслуговування (маркетів). Головна мета створення маркетів – розвиток інфраструктури сучасної торговельної мережі, зміцнення позицій споживчої кооперації на ринку роздрібною торгівлі, високий рівень обслуговування і продажу членам кооперативних організацій та іншим споживачам необхідного асортименту продовольчих і непродовольчих товарів.

Метою цінової і асортиментної політики маркетів споживчої кооперації є збільшення обсягів продаж за рахунок формування і розширення кола покупців і запровадження гнучкої цінової та асортиментної політики стосовно конкурента.

Важливою запорукою успішної діяльності маркету є формування ефективного і оптимального асортименту, у тому числі за допомогою ABC-аналізу.

Відповідно до Концепції маркету споживчої кооперації України, формування основного асортименту для всіх маркетів здійснюється на базі єдиної асортиментної матриці та формується самостійно (базовий + додатковий + сезонний). Регіональний (місцевий) асортимент включається до централізованої бази даних. Рекомендується таке співвідношення між товарними групами: швидкопсувні товари повсякденного вжитку – 30–32 %; гастрономія, бакалія (у т. ч. кондитерські вироби) – 50 %; непродовольчі товари – 18–20 %.

Загальний базовий асортимент має бути однаковим для всіх маркетів і становити не менше 1,5 тис. назв; додатковий визначається залежно від формату магазину, попиту споживачів та обсягів продажу. Місцевий асортимент складається з продуктів харчування, які виробляються підприємствами регіону (напівфабрикати, кулінарні та кондитерські вироби тощо). До сезонного асортименту відносяться товари, які поставляються сезонно і є водночас обов'язковим асортиментом на цей період (овочі, фрукти, морозиво, пиво, безалкогольні напої тощо). До асортименту власного бренду відносять хлібобулочні, макаронні, ковбасні вироби, консервовану продукцію, безалкогольні напої тощо).

Одержання прибутку та рентабельну роботу маркетів можливо забезпечити за рахунок використання доступних і гнучких цін. Фахівцями визначаються категорії товарів залежно від попиту на них. На кожну категорію окремо формується асортимент (базовий, додатковий, місцевий, сезонний) і розробляється стратегія цін, які поділяються на два види: активні та пасивні, характеристику яких наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Характеристика активного і пасивного підходу до розробки цінової політики маркетів [3, с. 29]

Вид ціни	Характеристика товару	Ознака попиту	Принцип контролю за цінами	Відповідність ціни конкурентів
Активний				
A.1.	стратегічний, швидкопсувний	підвищений	постійний	нижчий
A.2.	тактичний, тривалої реалізації	звичайний	періодичний	на рівні
A.3.	базовий	понижений	періодичний	на рівні, або вищий
Пасивний	рідкісний	дуже рідкий	періодичний	на рівні, або вищий

Моніторинг цін на стратегічний товар у конкурентів має здійснюватися щотижнево. Товари з обмеженим терміном реалізації мають

продаватися за спеціальною акцією, розмір знижок не повинен перевищувати рівня торговельної надбавки.

Цінова і нецінова конкуренція (асортимент і якість товарів) є потужними інструментами конкурентної боротьби. Але зниження цін порівняно з конкурентами має супроводжуватися зростанням обсягів роздрібного товарообороту для утримання прибутку на існуючому рівні, або його збільшення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Педченко Н. С. Оцінка маркетингової складової при використанні потенціалу розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації / Н. С. Педченко // Європейський вектор економічного розвитку. – 2012. – № 1 (12). – С. 143–152.
2. Концепція маркетингу споживчої кооперації України [Електронний ресурс]: Постанова третіх зборів Ради Укоопспілки двадцятого скликання від 10.11.2010 р. – Режим доступу: <http://document.ua/konsepciya-marketu-spozivchoyi-kooperaciyi-ukrayini-doc47523.html>. – Назва з екрана.
3. Манжура О. В. Цінова і асортиментна політика в системі споживчої кооперації України / О. В. Манжура // Економіка і управління: теорія та практика. Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 12–13 вересня 2013 р. – Дніпропетровськ : Герда. – 2013. – С. 27–30.

СЕКЦІЯ 21 СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ, ЯКІСТЬ ТА ЕКСПЕРТИЗА ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

ВИЗНАЧЕННЯ БІОСТІЙКОСТІ СОКІВ ПРИ ЗБЕРІГАННІ

І. В. Павлова, БТ-41;

О. О. Горячова, науковий керівник к. т. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Будь-який сік, в тому числі і апельсиновий – є важливим джерелом глюкози, фруктози, мінеральних та інших біологічно активних речовин та є досить популярним продуктом серед українських споживачів. Але в процесі технологічної переробки відбуваються зміни хімічного складу і властивостей сировини, від яких залежать надалі споживні характеристики готових соків.

Рослинна сировина, у тому числі і плоди, мають значне природне початкове забруднення мікроорганізмами. Під час технологічної під-

готовки сировини кількість мікроорганізмів дещо знижується, але лишається на досить високому рівні і потрапляє до готового продукту. Для забезпечення мікробіологічної стабільності та запобігання псуванню при зберіганні, соки піддають різним видам консервування, жорсткість яких залежить від початкової кількості мікроорганізмів.

Соки, що інфіковані мікроорганізмами, досить часто можна розпізнати при оцінці змін їх властивостей. Якщо збудники псування розмножуються у продукті, то в першу чергу це відображається на органолептичних показниках – з'являється помітне помутніння та каламутність. При бактеріальних забрудненнях помутніння виражено менш помітно. Для дріжджових забруднень характерне утворення сухого, рухливого осаду, а бактеріальний осад, як правило має в'язку, слизисту структуру. Аеробні плісняві гриби, як правило, ростуть на поверхні соків, утворюючи щільне покриття, а в разі проростання окремих спор у напої, то вони утворюють шаровидні міцелії.

Забруднення соків мікрофлорою різного походження не тільки змінює їх хімічний склад майже до утворення не властивих сокам хімічних речовин, зникненні природно властивих сполук, але й загалом погіршує споживні характеристики і робить їх в певній мірі небезпечними. Змінам підлягають і органічні кислоти соків, які можуть мати різноманітний характер в залежності від виду інфікуючих мікроорганізмів [1].

Метою дослідження стало дослідження біостійкості апельсинових соків різних торговельних марок при зберіганні. Для дослідження обрано три зразки, які користуються найбільшим попитом у споживачів: апельсиновий відновлений сік ТМ «Jaffa»; апельсиновий нектар ТМ «Біола»; апельсиновий відновлений сік ТМ «Sandora».

Визначивши основні фактори формування якості соків при технологічній переробці сировини, нами було досліджено зміну системи показників, що характеризують споживну цінність готового продукту в процесі зберігання. Для встановлення взаємозв'язку між умовами та тривалістю зберігання апельсинових соків дослідження проводили при різних температурних режимах (після відкриття споживчого пакування при кімнатній температурі +16–18 °C та в умовах холодильника +2–4 °C) протягом 30 днів з контролем якості через кожні 5 днів.

Протягом місяця зберігання апельсинового соку досліджувалися фізико – хімічні показники якості: масова частка сухих речовин, титруєма кислотність та рН. Для дослідження було обрано ці характеристики, оскільки аналіз змін даних показників дає можливість прослідкувати перетворення властивостей за основними критеріями, що характеризують споживну та харчову цінність соків.

Як показали проведені дослідження, термін та температура зберігання впливають лише в незначній мірі на вміст сухих речовин та титровану кислотність. Вміст сухих розчинних речовин залишався

майже незмінним до кінця терміну зберігання на тому ж рівні, що і на початок при всіх досліджуваних температурах зберігання. Незначне збільшення титрованої кислотності пропорційно подовженню терміну зберігання готового продукту обумовлюється кількісним та видовим складом мікрофлори, в результаті розвитку якої накопичуються продукти метаболізму, в основному органічні кислоти, що і призводить до її підвищення.

За загальними результатами оцінки розвитку мікрофлори найбільш біонестійким виявився зразок відновленого апельсинового соку ТМ «Jaffa» та «Sandora». Зразок апельсинового нектару ТМ «Біола» найстійкішим в мікробіологічному відношенні. Таким чином можна припустити, що в нього були додані консерванти, чи антибіотики, що пригнічували ріст мікроорганізмів, але на маркуванні така інформація відсутня. При цьому, при зберіганні у всіх зразках при кімнатній температурі активно розвивалась аеробна мікрофлора пліснявих грибів.

Отже, забезпечення високої якості й безпеки плодових соків можливо лише при дотриманні всіх агротехнічних умов отримання сировини, і як ефективний профілактичний засіб для попередження інфікування, її швидка переробка, а також дотримання всіх параметрів технології переробки, консервування та зберігання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Шобингер У. Фруктовые и овощные соки: научные основы и технологии / Шобингер У. — Санкт-Петербург : Профессия, 2004. — 640 с.
2. Продукты пищевые. Метод определения общего количества мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов: ГОСТ 10444.15-94; введ. 21.10.1994 — Межгосударственный стандарт, 1995. — 7 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ ДЛЯ ДІТЕЙ ЗА МІКРОБІОЛОГІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ

А. А. Панченко, БТ-31;

А. П. Кайнаш, науковий керівник к. т. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Однією з умов повноцінного розвитку майбутнього покоління є збалансоване харчування. Правильна організація харчування з перших днів життя дитини підвищує захисні реакції організму і відіграє важливу роль у профілактиці захворювань. Здорове харчування є одним із найважливіших чинників, які визначають здоров'я дітей.

Актуальність теми полягає в тому, що забезпечення ринку України продуктами дитячого харчування вітчизняного походження є непов-

ним. Зважаючи на складний стан економіки, значне падіння курсу національної валюти, зниження купівельної спроможності громадян, згортання торговельних відносин з РФ, значно підвищується актуальність проблеми продовольчої безпеки на ринку продуктів дитячого харчування [1].

Метою наших досліджень є визначення якості кисломолочних напоїв для дітей за мікробіологічними показниками.

До кисломолочних напоїв для дитячого харчування відносять кефір та йогурт, що призначені для штучного або змішаного годування дітей від 8-ми місяців. Вони характеризується низькою кислотністю (70...100 °Т), з масовою часткою жиру 2,5 і 3,2 %, приємним смаком, дістичними та лікувальними властивостями, легкою перетравлюваністю.

Для проведення досліджень в супермаркеті «Сільпо» м. Полтава було закуплено чотири зразки кисломолочних напоїв для дітей: зразок № 1 – кефір «Малютко» ТМ «Злагода» (ПАТ «Комбінат «Придніпровський» м. Дніпропетровськ); зразок № 2 – кефір ТМ «Агуша» (ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна», виготовлено на замовлення ТОВ «Сандора», Миколаївська обл.); зразок № 3 – йогурт з наповнювачем фруктовим «Персик» ТМ «Яготинське для дітей» (філія ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» Київська обл.); зразок № 4 – йогурт з фруктовим наповнювачем «Персик», ТМ «Агуша» (ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна», виготовлено на замовлення ТОВ «Сандора», Миколаївська область).

Мікробіологічні показники якості кисломолочних напоїв для дітей визначали за стандартними методиками [2, 4], результати досліджень наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Мікробіологічні показники якості кисломолочних напоїв для дітей

Зразок	МАФАНМ, КУО/г	Гриби, КУО/г	Дріжджі, КУО/г
Норма за нормативним документом	Згідно з ГОСТ 30705-2000 [4] норма 1×10^5	Згідно ДСТУ 7710:2015 [3] не більше 10	Згідно ДСТУ 7710:2015 [3] не більше 10
№ 1 – кефір ТМ «Злагода»	$2,4 \times 10^3$	$1,4 \times 10^2$	–
№ 2 – кефір ТМ «Агуша»	$2,6 \times 10^3$	$1,9 \times 10^3$	–
№ 3 – йогурт ТМ «Яготинське для дітей	6×10^3	$1,6 \times 10^2$	–
№ 4 – йогурт ТМ «Агуша»	$5,8 \times 10^3$	$2,1 \times 10^3$	–

За результатами проведених досліджень було встановлено, що кількість МАФАНМ в усіх зразках відповідає нормі згідно з ГОСТ 30705-2000 [4]. За кількістю грибів у досліджуваних зразках можна зробити наступні висновки: у кефірі ТМ «Злагода» показник перевищує норму в 14 разів; у кефірі ТМ «Агуша» – перевищує норму в 190 разів; у йогурті ТМ «Яготинське для дітей» – перевищує норму в 16 разів; у йогурті ТМ «Агуша» – перевищує норму в 210 разів.

У зразках № 1; 3; 4 були виявлені гриби роду аспергілюс (*Aspergillus*), а в зразку № 2 – гриби роду пеніциліум (*Penicillium*) і аспергілюс (*Aspergillus*). Необхідно зауважити, що плісеневі гриби викликають алергічні реакції у дітей, так як дитяча імунна система ще недостатньо зміцніла.

Дріжджів не було виявлено в жодному з досліджуваних зразків.

Отже, досліджувані кисломолочні напої за мікробіологічним показником – наявність грибів, не відповідають вимогам нормативної документації. Тому виробникам цих напоїв можна порекомендувати суворого дотримання технології виробництва.

Список використаних інформаційних джерел

1. Скорченко Т. А. Технологія дитячих молочних продуктів : навч. посіб. / Т. А. Скорченко, О. В. Грек. – Київ : НУХТ, 2012. – 330 с.
2. Банникова Л. Л. и др. Микробиологические основы молочного производства : [справочник] / под ред. к. т. н. Костина Я. И. – Москва : Агропромиздат, 2007. – 400 с.
3. Продукти кисломолочні для дитячого харчування. Загальні технічні умови ДСТУ 7710:2015; введ. 01.08.2016. Національний стандарт України, 2015. – 17 с.
4. Продукты молочные для детского питания. Метод определения общего количества мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов: ГОСТ 30705-2000; введ. 01.02.2002 – Межгосударственный стандарт, 2000. – 9 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ І ЯКОСТІ КЕФІРУ

О. С. Скубій, ТҚД-41;

І. В. Пахомова, науковий керівник, к. т. н., ст. викладач

кафедри товарознавства продовольчих товарів, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Споживання кисломолочних продуктів в Україні щорічно збільшується, відповідно збільшуються й обсяги виробництва. Проте на вітчизняному ринку присутня кисломолочна продукція низької якості, трапляються випадки фальсифікації. З огляду на зростання попиту на кисломолочну продукцію дослідження якості та встановлення відповідності вимогам національних стандартів є важливим і актуальним.

Мета роботи полягає у дослідженні якості та асортименту кефіру.

Для дослідження якості ми обрали три зразки кефіру з вмістом жиру 1,0 %, а саме кефір ТМ «Ферма», кефір ТМ «Простоквашино», кефір ТМ «Хуторок».

Для дослідження органолептичних показників якості застосовували метод бальної оцінки. Для визначення кислотності використовували титриметричний метод, фосфатази – метод пастеризації [1, 2]. Дослідження були проведені у лабораторії кафедри товарознавства продовольчих товарів Полтавського університету економіки і торгівлі.

Проаналізувавши маркування споживчої тари трьох дослідних зразків кефіру можна зробити висновок, що інформація на маркуванні зазначена державною мовою та є повною. Органолептичні показники кефіру в цілому відповідали вимогам нормативного документу (рис. 1.), проте мали допустимі дефекти.



Рисунок 1 – Профілограма визначення органолептичних показників кефіру

Слід зазначити, що в усіх зразках кефіру був порушений згусток, а також виявлено незначне газоутворення. Проте цей показник дозволений вимогами нормативного документу [3], адже спричинений нормальною життєдіяльністю мікрофлори кефіру.

Зразок кефіру ТМ «Хуторок», мав занадто рідку та в'язку консистенцію, що може свідчити про низький вміст сухих речовин, низький режим пастеризації, відсутність або неефективність гомогенізації. Недоліком зразка кефіру ТМ «Хуторок» був кислий смак, що говорить про тривале зберігання на підприємстві або в торгівельній мережі чи про тривале сквашування продукту. Зразок кефіру ТМ «Ферма» також мав кислий, із яскраво вираженим кисломолочним запахом та спиртовим присмаком. За результатами бальної оцінки якості органолептичних показників кефіру найвищу кількість балів отримав зразок кефіру ТМ «Простоквашино» (18 балів). Кефір ТМ «Ферма» отримав 15 балів, а кефір ТМ «Хуторок» – 14 балів.

Результати дослідження фізико-хімічних показників якості представлені у табл. 1.

Таблиця 1 – Фізико-хімічні показники якості кефіру

Назва показника	Норма за ДСТУ 4417-2005	Кефір ТМ «Ферма»	Кефір ТМ «Простоквашино»	Кефір ТМ «Хуторок»
Кислотність титрована, °Т	від 8–130	108 °Т	100 °Т	120 °Т
Вміст фосфатази	відсутня	відсутня	відсутня	відсутня

За результатами дослідження можна зробити висновок про відповідність кефіру вимогам нормативного документу.

Для дослідження асортименту кефіру нами обрано «АТБ-Маркет» (вул. М. Грушевського, 17, м. Полтава), де представлений кефір 9-ти торгових марок (рис. 2).

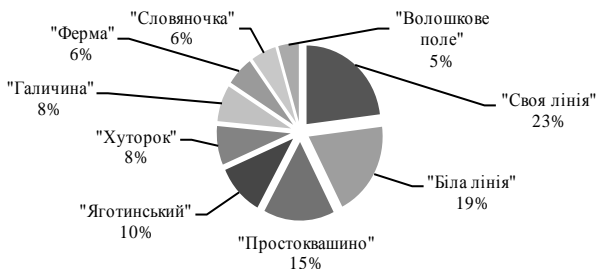


Рисунок 2 – Структура асортименту кефіру за виробниками в «АТБ-Маркет»

Найбільша частка кефіру ТМ «Своя лінія», який виготовляють на замовлення магазину мережі «АТБ» та кефір ТМ «Біла лінія». Найменш представлений кефір ТМ «Волошкове поле».

Були проведені розрахунки основних показників асортименту кефіру в «АТБ-Маркет» (табл. 2).

Таблиця 2 – Показники асортименту кефіру в «АТБ-Маркет»

Показники асортименту	Коефіцієнт широти	Коефіцієнт стійкості	Коефіцієнт новизни	Коефіцієнт стійкості
Значення	0,906	0,905	0,063	0,12

За даними табл. 2 можна зробити висновок, що асортимент кефіру в «АТБ-Маркет» представлений досить широкий і повний, який користується стійким попитом, що свідчить про високу конкурентоспроможність магазину. Коефіцієнт новизни асортименту свідчить про по-

ступове оновлення асортименту в помірній кількості, мінімізуючи ризик зазнати збитків у зв'язку з можливим низьким попитом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Молоко и молочные продукты. Титриметрические методы определения кислотности : ГОСТ 3624-1992. – [Дата введ. 1994-01-01]. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 9 с. – (Межгосударственный стандарт).
2. Молоко и молочные продукты. Метод определения пастеризации : ГОСТ 3623-1976. – [Дата введ. 1976-01-01]. – Москва : ИПК Издательство стандартов, 2003. – 13 с. – (Межгосударственный стандарт).
3. Кефір. Технічні умови : ДСТУ 4417:2005. – [Дата введення в дію 2006-07-01]. – Київ : Держспоживстандарт, 2006. – 8 с. – (Національний стандарт України).

ВИКОРИСТАННЯ ФРУКТОООВОЧЕВОЇ СИРОВИНИ У РЕЦЕПТУРІ МОРОЗИВА

Н. І. Вега, магістр спеціалізації «Товарознавство та комерційна діяльність»;

І. В. Донцова, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент кафедри товарознавства і технологій виробництва харчових продуктів, Львівський торговельно-економічний університет

Морозиво є одним з найбільш улюблених та популярних лакомств у світі. Його одержують шляхом збивання, фризирования та загартування молочних або фруктово-ягідних сумішей з цукром, стабілізаторами та іншими смако-ароматичними наповнювачами.

Досить ефективним шляхом оптимізації рецептури молочного морозива є його збагачення сировиною рослинного походження – овочами, фруктами, ягодами. Ці наповнювачі використовуються у вигляді пюре, соків, порошоків та цукатів. У рецептурі морозива пюре та цукати допомагають досягти сприятливих органолептичних властивостей, фізико-хімічних і структурних показників. Також вони збагачують морозиво вітамінами, каротиноїдами, пектиновими речовинами, флавоноїдами, макро- і мікроелементами. Пектинові речовини, що входять до складу фруктів, овочів і ягід, можуть використовуватися як стабілізуючі агенти, які мають радіопротекторні властивості [1].

Нами було розроблено рецептуру морозива «Фламінго» із використанням пюре з перцю болгарського у кількості 10 % та 5 % цукатів з айви. За контроль було взято морозиво «Вершкове», в рецептуру якого входить така сировина : сухе незбиране молоко, сухе знежирене молоко, вершки, цукор, сироп глюкози, стабілізатор-емульгатор, рослинний жир, мальтодекстрин, ароматизатори і барвники.

У складі рецептурної суміші ці компоненти, окрім біологічної цінності, мали функціонально-технологічне призначення – виступали натуральним барвником (помаранчевий колір). Болгарський перець додавався в суміш в якості свіжопротертого пюре. Це обумовило високі емульгуючі і вологосорбційні властивості, сприяло формуванню стійкої пінної структури суміші морозива і не поступало за своїми стабілізуючим властивостям іншим стабілізаторам.

Хімічний склад перцевого пюре представлений білками – 0,8–2,6 %, моноцукридами – 2,1 %, цукрозою – 0,7 %, поліцукридами – клітковина (1,4 %), крохмаль (0,1 %), пектин (0,4 %), органічними кислотами (лимонна, шавлева, яблучна), макроелементами (мг/100 г) – калій (163), кальцій (8), магній (19), фосфор (16), хлор (19), мікроелементами (мкг/100 г) – залізо (600), марганець (160), мідь (100), цинк (440), вітамінами (мг/100 г) – С (250), Е (0,67), тіамін, фолацин, ніацин, β-каротин. Специфічний приємний аромат плодів визначається наявністю ефірної олії, концентрація якої 0,1–1,25 %. Гострий присмак перцю болгарського обумовлений вмістом алколоїду капсаїцину (0,01 %). Представлені речовини хімічного складу пюре з перцю у значній мірі проявляють антиоксидантні властивості і частково гальмують окислення жиру у морозиві [2].

Айви має високу технологічну якість. Вона визнана сировина для виробництва консервованих продуктів із високим вмістом пектинових речовин, у тому числі і цукатів. Плоди айви полівітамінні. До їх складу входять вітаміни А, С, В₁, В₂, Р, амінокислоти та мінеральні елементи – фосфор, калій, кальцій, магній, мідь, залізо, марганець, цинк, кобальт. Айва містить дубильні речовини, що надають їй терпкого смаку. Особливо вона багата на катехіни, що мають Р-вітамінну активність. Вітамін Р зміцнює стінки кровоносних судин і сприяє накопиченню вітаміну С [3].

В результаті заміни у рецептурі морозива вершків на пюре з перцю болгарського у кількості 10 % воно набуло рожевого забарвлення, при цьому консистенція залишилася характерною для даного виробу. Внесена добавка надала морозиву приємний перцевий присмак. Цукати з айви забезпечили фруктовий аромат та солодкий смак морозива, а текстура характеризувалася рівномірним розподілом правильних часточок цієї добавки.

Вважаємо, що розроблена нами рецептура вершкового морозива «Фламінго» з введенням фруктоовочевої сировини значно поліпшило його біологічні і смакові властивості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Колмыков М. А. Компьютерная оптимизация рецептуры молочного мороженого / М. А. Колмыков, Н. А. Борко, Г. К. Альхамова та ін. // Молодой ученый. – 2016. – № 1. – С. 165–169.

2. Экспертиза свежих плодов и овощей. Качество и безопасность / Т. В. Плотникова, В. М. Позняковский, Т. В. Ларина, Л. Г. Елисеєва – 3-е изд. – Новосибирск : Сиб. унив. изд-во, 2005. – 302 с.
3. Айва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thegardener.ru>. – Назва з екрана.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОЛІПШЕННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НАПІВКОПЧЕНИХ І КОПЧЕНИХ КОВБАС

О. С. Слідзевська, 541 гр. ОС «магістр»;

**В. Т. Лебединець, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент кафедри
товарознавства і технологій виробництва харчових продуктів,
Львівський торговельно-економічний університет**

М'ясна промисловість є однією з найбільших галузей харчової промисловості, яка покликана забезпечувати населення країни харчовими продуктами, які є основним джерелом білків.

Необхідність забезпечити ринок натуральними продуктами харчування без хімічних добавок зумовлена тим, що значна кількість споживачів віддають перевагу продуктам, які позитивно впливають на здоров'я. Цю тенденцію необхідно враховувати при виробництві м'ясних виробів, які мають у рецептурі різноманітні структуроутворюючі добавки. Відмінною особливістю добавок нового покоління є те, що вони повинні не тільки поліпшувати структуру м'ясних виробів, але й збагачувати їх біологічно активними речовинами.

Особливої актуальності набуває можливість використання у складі м'ясних продуктів зернових культур завдяки їх високій харчовій цінності та функціональним властивостям. Зерно містить найбільш цінні природні компоненти, такі як амінокислоти, окремі вітаміни, кальцій, фосфор, залізо, йод та інші. Вченими обґрунтована і експериментально розроблена технологія ковбасних виробів з використанням зернових культур, а саме багатофункціональної комплексної зернової добавки до м'ясних фаршевих продуктів «Ековіт», яка відповідає споживчим, технологічним, санітарно-гігієнічним вимогам до якості м'ясних виробів та знижує їх собівартість. При цьому найкращим визначено такий рецептурний склад добавки «Ековіт»: вієсьєне борошно – 50 %, рисове борошно – 40 %, грєчанє борошно – 10 %.

Запатентовано спосіб виробництва м'ясопродуктів функціонального призначення, який можна використати при виробництві фаршу для сирокопчених, напівкопчених, варених і варено-копчених ковбас, сосисок, м'ясних паштетів тощо. В якості рослинної добавки у рецептури виробів запропоновано порошок очищеного насіння гарбуза з розміром подрібнених частинок 0,10–0,5 мм. Дану добавку вносять у кількість 3–9 % до маси фаршу. Винахід забезпечує отримання харчового функціонального продукту, збалансованого одночасно за амі-

нокислотним, жирокислотним і мінеральним складом, що здатний відновлювати харчовий статус за цілою низкою фізіологічно цінних функціональних інгредієнтів, що мають одночасно високі органолептичні властивості [1].

Науковцями підтверджена доцільність використання пастоподібних концентратів із насіння амаранту і люпину у виробництві напівкопчених ковбас для розширення асортименту і підвищення їх харчової цінності.

Вчені дослідили ефективність використання рисового борошна і БАД «Лактофлекс» у виробництві варено-копчених ковбас. Застосування даних добавок у рецептурах варено-копчених ковбас дозволить виготовити новий вид продукту, що мають високу харчову і біологічну цінність; регулювати процес формування їх якості з високими органолептичними показниками; збільшити вихід продукту і знизити собівартість готових виробів.

Морквяна клітковина служить як замітник м'ясної сировини і структуроутворювач у виробництві всіх груп ковбасних виробів. При заміні м'ясної сировини від 15 до 25 % рекомендується застосовувати морквяну клітковину разом з тваринними білками анісомін або катгель. У напівкопчених, варено-копчених і сирокопчених ковбас у натуральній кишкової і білковій оболонках харчові волокна клітковини сприяють зниженню втрати вологи при зберіганні та стабілізують консистенцію готових виробів.

Для підвищення технологічних характеристик основної м'ясної сировини та харчової збалансованості напівкопчених ковбас в НУХТ проводяться дослідження з можливості розширення використання молочної сироватки, яєчних продуктів у поєднанні з композиціями солодів зернобобових культур та комплексу дозволених МОЗ України харчових добавок у нових видах напівкопчених ковбас з використанням традиційної м'ясної сировини та м'яса птиці [2].

Таким чином, використання нетрадиційної сировини сприяє поліпшенню споживних властивостей копчених і напівкопчених ковбасних виробів, а також у деяких випадках скорочення технологічного процесу їх виробництва.

Список використаних інформаційних джерел

1. Патент 2423882 Россия, МПК А 23 L 1/317 (2006.01), А 23 L 1/314 (2006.01). Способ получения мясопродуктов функционального назначения / Кунташов Е. В., СГАУ, Птичкина Н. М., Баникова А. В. № 2010119383/13; Заявл. 14.05.2010; Опубл. 20.07.2011.
2. Танащук С. В. Мясные продукты функционального назначения. О применении лактулозы в мясных продуктах / С. В. Танащук, О. А. Савченко, А. Р. Подосинников // Мясное дело. – 2009. – № 11. – С. 32–33.

НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ МАКАРОННИХ ВИРОБІВ

І. М. Ворожбит, магістр;

*В. Т. Лебединець, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент кафедри
товарознавства і технологій виробництва харчових продуктів,
Львівський торговельно-економічний університет*

Макаронні вироби, в порівнянні з іншими борошняними виробами, мають ряд переваг: високу засвоюваність основних поживних речовин, тривалий термін зберігання, низьку вартість і доступність для будь-яких верств населення. Однак макаронні вироби виробляють переважно з хлібопекарського борошна м'якої озимої пшениці, білок якої має дефіцит найважливіших незамінних амінокислот, а також мінеральних речовин, вітамінів і харчових волокон. Одним із шляхів підвищення харчової цінності макаронних виробів є використання рослинної сировини, яка містить збалансований комплекс білків, ліпідів, мінеральних речовин, вітамінів і сприяє формуванню високих поживних, смакових та лікувально-профілактичних властивостей готових виробів.

Досліджена можливість використання комплексної добавки, яка складається з горохового борошна, морквяної пасти і кефіру, у виробництві макаронних виробів. Горохове борошно попередньо змішували з пшеничним борошном, морквяну пасту і кефір – з водою, що використовується на заміс тіста. Морквяна паста – це джерело β -каротину, харчових волокон, мінеральних сполук, вітамінів, а бобові культури (горох, чечевиця, квасоля) і молочні продукти (сухе молоко, сир, кефір) – джерело великої кількості збалансованих білків.

Науковцями доведено, що внесення борошна бобових культур сприяє підвищенню якості зернових макаронних виробів, при цьому раціональним дозуванням борошна бобових культур на заміну частини зерна пшениці складає 10–15 %. Одночасно, внесення горохового і чечевичного борошна сприяє підвищенню біологічної цінності зернових макаронних виробів [1].

Розроблено технології макаронних виробів із безглютенової сировини: крохмалю, кукурудзяного, гречаного і рисового борошна. Вміст глютену в цій сировині не перевищує 20 мг/кг продукту відповідно.

Запропоновано лузгу чорного рису як інгредієнт для локшини. Встановлено, що додавання 5–15 % лузги суттєво знижує клейкість локшини при оцінці її текстури. Локшина з лузгою характеризується покращеними технологічними властивостями, містить більше, ніж звичайна локшина, поліфенольних сполук, флавоноїдів і антоціанів. Лузга чорного рису являє собою відмінний інгредієнт, що підвищує харчову цінність та антиоксидантні властивості локшини [2].

Розроблено макаронні вироби, збагачені гречаним борошном, які суттєво відрізняються за фізичними, органолептичними і технологічними характеристиками.

Досліджено структурні і органолептичні властивості підсоленої локшини, що містить борошно із пурпурного ямса. Встановлено, що реологічні властивості тіста для локшини суттєво змінюються при додаванні борошна із ямса. Додавання 20 % такого борошна збільшує втрати при варінні і твердість вареної локшини. Колір локшини з точки зору споживачів покращується. Прийнятна якість має локшина, що виготовляється із суміші, що містить 5–15 % борошна із ямса [3].

Одним із шляхів вирішення проблеми збагачення макаронних виробів біологічно активними речовинами є використання цільнозмеленого борошна із зерна амаранту і цільнозмеленого борошна із зерна сетарій, що характеризуються у порівнянні з пшеничним борошном підвищеним вмістом білків, ліпідів, вітамінів, харчових волокон та мінеральних речовин [4].

Запатентовано спосіб виробництва макаронних виробів, при якому замінено частину борошна на гарбузову пасту, що дозволяє не тільки підвищити безпечність технології, але і отримати високоякісний продукт.

Таким чином, використання різних видів нетрадиційної рослинної сировини при виробництві макаронних виробів сприяє підвищенню харчової та біологічної цінності даних виробів, розширенню асортименту та поліпшенню їх якості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Осипова Г. Бобовые культуры в зерновых макаронных изделиях повышенной биологической ценности / Г. Осипова, О. Пригарина, Е. Пожаркина // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2014. – № 7–8. – С. 45–48.
2. Kong S. Black rice bran as an ingredient in noodles: chemical and functional evaluation / S. Kong, D.-J. Kim, S.-K. Oh, I.-S. Choi, H.-S. Jeong, J. Lee // J. Food Sci. – 2012. – 77, № 3. – P. 303–307.
3. Li Po-Hsien. Textural and sensory properties of salted noodles containing purple yam flour / Po-Hsien Li, Huang Chien-Chun, Yang Ming-Yu, Wang Chiun-C. R. // Food Res. Int. – 2012. – 47, № 2. – P. 223–228.
4. Мартиросян В. В. Разработка технологии макаронных изделий с применением муки амаранта и сетарии : Дис. ... канд. техн. наук: 05.18.01 / В. В. Мартиросян. – Пятигорск. – 2006. – 227 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОЛІПШЕННЯ СПОЖИВНОЇ ЦІННОСТІ МАРМЕЛАДНО-ПАСТИЛЬНИХ ВИРОБІВ

А. С. Самчук, магістр, гр. 16-0436-301;

Л. І. Гірняк, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету

Мармеладно-пастильні вироби є одними з найкорисніших з численної групи кондитерських виробів, завдяки своїй біологічній цінності та

своєму складу. Вони зручні і придатні до збагачення корисними добавками, що зумовлено відносно нескладною технологією виготовлення та відсутністю термічної обробки в технологічній схемі. Це дає можливість повніше зберегти корисні сполуки використаної сировини в готовому продукті. Незважаючи на те, що зазначені вироби не належать до продуктів щоденного споживання, попит на них стабільно збільшується, особливо в споживачів дитячого та похилого віку. Однак, на споживчому ринку мармеладно-пастильних виробів домінує різновид желейного мармеладу, який характеризується вкрай низьким вмістом вітамінів, макро- і мікроелементів. Різноманітність смакоароматичної гами у виробах досягається введенням синтетичних барвників та ароматизаторів, інколи небезпечних в токсикологічному відношенні.

Враховуючи різноманіття вирощуваних в Україні фруктів, плодів, овочів та їх високу біологічну цінність доцільно розширювати асортимент фруктово-ягідного мармеладу та пастили з натуральними добавками продуктів переробки плодів та овочів. Цілеспрямоване використання місцевих рослинних сировинних ресурсів і створення на їх основі продуктів функціонального призначення має важливе значення також через економічну доцільність, доступність і простоту отримання даної сировини. Саме тому, науковцями та фахівцями галузі проводяться роботи з розробки рецептур мармеладно-пастильних виробів збагачених пюре з: вицавок чорноплідної горобини (15 %), гарбуза (30–45 %), топінамбура (50 %), буряка, дикорослих ягід: брусниці, журавлини, чорниці і лохини; шипшинової пульпи, барбарисового соку, які характеризуються цінним вітамінним складом, значним вмістом дефіцитних для організму мінеральних сполук та інших фізіологічно необхідних, незамінних компонентів.

Відносно новим та перспективним напрямком поліпшення біологічної цінності мармеладно-пастильних виробів є внесення до їх складу витяжок пряно-ароматичної та лікарсько-технічної сировини. Розроблено патенти на кілька способів виробництва желейного мармеладу з додаванням водних екстрактів суміші квітів ромашки аптечної, листя м'яти перцевої, деревію, трави череди, листя подорожника великого, споришу, квітів нагідок аптечних, трави нетреби звичайної. На основі використання настоїв лікарських трав отримано мармелад функціонального призначення збагачений екстрактами з трави конюшини червоної (сприяє профілактиці атеросклерозу), екстрактами суміші чебрецю, листя м'яти перцевої, меліси звичайної з використанням біомаси мікроміцетів *Saprolegnia parasitica* або *Mortierella bainieri*, *Mortierella hydrophila*, *Mortierella elongata*. У рецептури мармеладно-пастильних виробів рекомендують вводити натуральні рослинні екстракти: зеленого і чорного чаю, зеленого чаю Мате, м'яти, кореня ехінацеї, гібіскусу, шипшини. Зазначені добавки мають виражену тонізуючу, антиоксидантну і вітамінну дію на організм людини, є класичними адап-

тогенами, позитивно впливають на фізичну і психологічну активність організму.

Значного поширення набув напрям поліпшення харчової цінності мармеладно-пастильних виробів за рахунок введення до їх рецептур зернових добавок та продуктів їх переробки, особливо у поєднанні з іншими добавками рослинного чи тваринного походження. Так, біомодифіковані продукти вівса і ячменю, що містять клітковину (9,44 і 4,63 %), яка проявляє аеруючі властивості, пектин (2,8 і 2,07 %) і β-глюкан (1,2 і 2,4 %), які є поверхнево-активними речовинами, а також білки (9,37 % і 9,35 %) сприяють покращенню структуро-механічних властивостей зефіру та дозволяють знизити витрати дороговартісної сировини. Перспективною сировиною також є соєві продукти (соєве молоко, соєві концентрати та ізоляти, білково-жирові збагачувачі), екстракт кукурудзяних приймочок у поєднанні з екстрактами трав та біомасою мікроміцетів. З метою надання виробам дієтичних властивостей пропонують замінювати сахарозу в рецептурі на: екстракт стевії, полідекстрозу Litesse™ (харчова добавка E1200) у поєднанні з бетаїном марки Betafin, ізомальт. На стадії впровадження у виробництво знаходяться мармеладно-пастильні вироби збагачені пробіотичними бактеріями, продуктами переробки ламінарії, екстрактами цикорію, гібіскусу, фосфатом кальцію і навіть екстрактом ісландського моху.

Список використаних інформаційних джерел

1. Силагадзе М. А. Актуальные тенденции развития ассортимента мармеладно-пастильных изделий в Грузии с позиции здорового питания / Г. С. Хецуриани, С. Т. Гачечиладзе // Здобутки та перспективи розвитку конд. галузі : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Київ : НУХТ, 2015. – С. 18–23.
2. Магомедов Г. О. Функциональные сбивные кондитерские изделия / Г. О. Магомедов, Л. А. Лобосова // Кондитерское и хлебопекарское производство. – 2011. – № 7. – С. 10–11.
3. Иоргачева Е. Альтернативные виды сырья в технологии пастило-мармеладных изделий / Е. Иоргачева, К. Аветисян, А. Куц // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2008. – № 10. – С. 18–20.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛИ РАСТЕНИЕВОДСТВА АКМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ

А. С. Аскапов, магистрант кафедры «Экономика»,
Казахстанский агротехнический университет
им. С. Сейфуллина, Казахстан, г. Астана

Эффективность сельскохозяйственного производства результативность финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта

в сельском хозяйстве, способность обеспечивать достижение высоких показателей производительности, экономичности, доходности, качества продукции. Критерием данного вида эффективности является максимальное получение сельскохозяйственной продукции при наименьших затратах живого и овеществленного труда [1]. Производство зерна занимает особое место среди других отраслей растениеводства. Зерно является основой питания человека, потому что это не только хлеб и широкий ассортимент мучных изделий, но и источник производства молока, мяса, яиц и других продуктов, так как концентрированные корма являются составной частью для рациона животных и птицы. От его производства зависит, и специализация отдельных районов на возделывании технических, зерновых культур, так как при недостатке как продовольственного, так и фуражного зерна в первую очередь расширяют посевные площади именно под культурами зерновой группы.

Поэтому урожайность анализируется для того, насколько был правильно использован имеющийся производственный потенциал. С урожаем связано экономическое понятие урожайность, которое определяется, как количество растениеводческой продукции, получаемой с единицы площади. Урожайность для культур открытого грунта рассчитывают в ц/га.

Одним из основных факторов, который характеризует размеры производства зерна, является посевная площадь зерновых культур. Показатели урожайности и валового сбора представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели урожайности и валового сбора

Показатели	Площадь посева, га			Валовые сборы, ц			Урожайность, ц/га		
	2013 год	2014 год	2015 год	2013 год	2014 год	2015 год	2013 год	2014 год	2015 год
Пшеница	15 019	14 919	16 200	213 020	142 000	166 800	14,2	9,5	10,3
Ячмень	2 784	2 642	2 500	77 350	40 500	37 500	27,8	15,3	15,0
Овес	357	466	400	9 060	5 400	5 280	25,4	11,6	13,2
Чечевица	466	—	—	4 170	—	—	8,9	—	—
Лен	5 587	6 454	5 000	40 000	24 525	28 000	7,2	3,8	5,6
Соя	—	420	—	—	840	—	—	2,0	—

Анализируя данные таблицы 1, можно сделать вывод, что в 2015 году по сравнению с 2014 годом валовые сборы пшеницы и лена увеличились, кроме ячменя и овес. Высокий урожай культур приходится на 2013 год.

Урожайность сельскохозяйственных культур является основным фактором, который определяет объем производства продукции растениеводства. Это качественный, комплексный показатель работы хозяйства, который зависит от многих факторов. Поэтому урожайность анализируется для того, насколько был правильно использован имеющийся производственный потенциал. С урожаем связано экономичес-

кое понятие урожайность, которое определяется, как количество растениеводческой продукции, получаемой с единицы площади. Урожайность для культур открытого грунта рассчитывают в ц/га

Список использованных информационных источников

1. Экономика сельскохозяйственного предприятия / под ред. И. А. Минакова. – Москва : Колос, 2008. – 235 с.

СЕКЦІЯ 22 ЗАГАЛЬНОІНЖЕНЕРНІ ДИСЦИПЛІНИ

СТВОРЕННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ДЕМОНСТРАЦІЙНОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА І WEB-ДИЗАЙН»

К. В. Бондарєв, ГРС-12;

О. В. Ольховська, науковий керівник, к. ф.-м. н., ст. викладач кафедри загальноінженерних дисциплін, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Дистанційну форму навчання фахівці зі стратегічних проблем розвитку називають новітньою системою ХХІ століття. Наразі у світі настала ера інформатики, переважна більшість результатів суспільного прогресу сьогодні концентруються в інформаційній сфері. Глобальний інформаційний простір стає всесвітньою областю спілкування, інформації й знань. Але виходячи з того, що професійні знання старіють дуже швидко, необхідно їх постійне вдосконалювання. Дистанційна форма навчання дає сьогодні можливість створення систем масового безперервного самонавчання, загального обміну інформацією, незалежно від тимчасових і просторових поясів. Крім того, система дистанційного навчання дає рівні можливості всім людям, незалежно від соціального стану, у будь-яких районах країни й за рубежом, реалізувати права людини на отримання освіти.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» займається впровадженням дистанційних технологій з 2011 року і став одним із провідних університетів країни по якості й організації процесу дистанційного навчання.

Звичайно, головною складовою дистанційного процесу навчання є дистанційний курс, постійне поліпшення й вдосконалення матеріалів якого є актуальним завданням.

Завданням наукової роботи було створення мультимедійного демонстраційного контенту для дистанційного курсу «Комп'ютерна графіка й web-дизайн».

Метою – розробити якісний відео-контент, який є демонстрацією

процесу виконання практичних робіт з дисципліни «Комп'ютерна графіка й веб-дизайн».

Об'єктом роботи є створення повноцінних відеоматеріалів засобами OBS (Open Broadcast Software) і Sony Vegas Studio.

Для реалізації поставленого завдання було обрано програмне забезпечення з можливістю захвата екрана й створення роликів OBS (Open Broadcast Software), також Sony Vegas Studio – для склейки відеороликів і, звичайно ж, Adobe Photoshop, де виконувалися практичні роботи.

У результаті виконання роботи здійснено запис та звуковий супровід декількох практичних робіт з дисципліни «Комп'ютерна графіка й веб-дизайн».

Для студентів заочної (дистанційної), денної форми навчання, які мають індивідуальний графік, дистанційний курс став незамінним помічником у процесі навчання. Це зручний і ефективний засіб одержання знань, особливо коли наводиться яскравий приклад, як потрібно і як правильно робити ту або іншу практичну роботу. Звичайно, це не заміняє спілкування студента з викладачем, але в цілому ці методичні рекомендації корисні та поліпшують сприйняття і якість виконання роботи.

ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННОЇ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ ДЛЯ АРОМАТИЗАЦІЇ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

М. В. Мурзак, Д. Р. Страшко, БТ-31;

О. І. Мельник, науковий керівник, асистент кафедри загальноінженерних дисциплін, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Харчування є одним з найважливіших факторів, які визначають стан здоров'я сучасної людини. Високим чинником у формуванні харчової поведінки людини є сенсорна реакція, тому аромат їжі, на рівні зі смаком, має суттєве значення. Використання натуральних ароматизаторів є досить суттєвим, тому асортимент ароматичної сировини розширюється за рахунок нетрадиційних джерел, а саме: листя волоського горіха, цвіту гарбуза, квітів бузини та липи, пагонів чорниці, листя меліси, малини, суниці, цвіту та листя чебрецю, календули, калини [1]. У давнину в Україні часто використовували в їжу гичку буряка та моркви як добавку до салатів, перших страв, у випічку та з лікувальною метою [2].

Із розширенням масштабів використання ароматизаторів більше уваги почали приділяти дослідженню пряно-ароматичної сировини, особливістю хімічного складу якої є вміст окремих ефірних олій. Нетрадиційна рослинна ароматична сировина, порівняно з попередньою, містить незначну кількість ефірних олій. Серед нетрадиційної сировини гичка буряка та моркви за попередніми дослідженнями має аро-

мат підвищеної стабільності в продуктах харчування, що є актуальним для сучасного ринку натуральних ароматизаторів.

Дослідження способів теплової обробки гички для тривалого зберігання дозволить розглянути пропозиції щодо використання її як натурального ароматизатора для харчових продуктів. Серед найбільш придатних способів теплового впливу на процес зневоднення гички нами обґрунтовано дію НВЧ обробки, заморожування, а також поєднання цих двох способів – комбінування. Різні реакції взаємодії хлорофілу з ферментативним комплексом сировини призводять до зміни кінцевого аромату в зневодненій гичці. Тому *метою роботи* є дослідження впливу різних методів обробки гички буряка та моркви, підготовленої для використання як ароматизатора. *Об'єктом даної роботи* є методи обробки нетрадиційної сировини для ароматизації харчових продуктів; предметом – свіжа та зневоднена гичка буряка столового та моркви червоної.

Опис ароматів зразків гички проведено комісією дегустаторів (табл. 1). Аналіз результатів проведено за допомогою порівняння аромату гички свіжої та зневодненої. Зневоднення сировини проводили різними способами: у мікрохвильовому полі за потужності 0,5–0,6 кВт, 10 хв; конвективним – за температури 60 °С, 30 хв; комбінованим (у мікрохвильовому полі з попереднім заморожуванням сировини за температури –15 °С, 24 год).

Таблиця 1 – Характеристика аромату в зразках гички

Категорія опису аромату	Свіжа сировина	Спосіб зневоднення сировини		
		конвективний	мікрохвильовий	комбінований
Гичка буряка				
Основний тон	салатний	слабо насичений	виразний і насичений буряковий	середньо-інтенсивний буряковий
Відтіночний тон	буряковий	злегка терпкуватий	карамельний	солодкуватий
Гичка моркви				
Основний тон	трав'яний, свіжий, пряний	легкий морквяний	виразний і насичений пряний	тонкий пряний, насичений морквяний
Відтіночний тон	морквяний	сушеної трави та злегка моркви	деревно-трав'яний, теплий	морквяно-мускатний

Категорії опису аромату в досліджуваних зразках відрізнялись порівняно з контрольним зразком і були охарактеризовані по-різному залежно від окремої дії НВЧ хвиль або комбінованої обробки. Було відзначено, що у зразках після комбінованої обробки відбувається

повніше розкриття ароматів, вивільнення хлорофілу й активації відповідних ферментів рослинної сировини. Зразки після комбінованої обробки у процесі зберігання мали високу насиченість і стійкість ароматів порівняно з контрольними зразками та зразками, зневодненими іншими способами.

На підставі отриманих даних доведені перспективи використання нетрадиційної сировини як ароматизаторів харчових продуктів. Запропоновано спосіб обробки гички буряка та моркви для ароматизації заправок для салатів і перших страв.

Список використаних інформаційних джерел

1. Прибильський В. Л. Використання нетрадиційної рослинної сировини в технологіях ферментованих напоїв / В. Л. Прибильський, І. В. Мельник, С. В. Омельчук // Харчова наука і технологія. Одес. нац. акад. харч. – № 3 (28). – Одеса : Євротойз, 2014. – С. 47–51.
2. Сімахіна Г. О. Отримання харчових барвників із зеленої маси буряків / Г. О. Сімахіна // Цукор України. – Київ : Цукор України, 2012. – № 1 (73). – С. 19–25.

ЗБАГАЧЕННЯ ВІСІВКОВОГО ХЛІБА НЕТРАДИЦІЙНОЮ РОСЛИННОЮ СИРОВИНОЮ

А. А. Панченко, БТ-31;

О. І. Мельник, науковий керівник, асистент кафедри загальноінженерних дисциплін, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

За сучасних умов життя, при нестійкому економічному становищі, споживач змушений шукати нові підходи до свого харчування. Так як значна частина продуктів харчування виготовляється на основі різних добавок та концентратів, до складу яких частково входять ароматизатори і консерванти сумнівного походження, що іноді викликають різні негативні відхилення в організмі людини. Це пов'язано з дефіцитом і дорожнечою натуральної та якісної сировини. Дане питання торкнулося і технології приготування хліба.

Хліб та хлібобулочні вироби відносяться до продуктів повсякденного вжитку. Більшість хлібо заводів, які випускають основні сорти хліба, забезпечують дешевим хлібом велику кількість населення. Споживання хлібобулочних виробів пов'язано з добробутом населення: чим менший дохід має сім'я, тим більше споживає хліба в рік і навіпаки. За результатами досліджень останніх років, попит населення на хлібобулочні вироби стрімко виріс. В зв'язку з цим можливе розширення асортименту хлібобулочних виробів, а особливо вісівкового хліба. Так як саме вісівковий хліб сприятливо впливає на кишечник і його мікрофлору, викликає відчуття насичення, нормалізує травлення.

Висівки, які міститися в хлібі здатні поглинати токсини і шкідливі речовини і виводити їх природним шляхом. Вживання висівкового хліба підвищить імунітет і вміст заліза в організмі.

Новизна дослідження полягає в розширенні асортименту висівкового хліба із застосуванням сировини, нетрадиційного для даного продукту, у вигляді сухих порошоків гички буряка та моркви.

Постановка проблеми. Удосконалення технології виробництва висівкового хліба з добавками.

Мета даної роботи – удосконалення рецептури виробництва висівкового хліба з додаванням рослинної нетрадиційної сировини.

Об'єктом даної роботи є оцінка аромату висівкового хліба, ароматизованого порошком сушеної гички буряка та моркви *предметом* – хліб висівковий згідно рецептури і порошок зневодненої гички столового буряка та моркви.

Висівкове борошно, що входить в склад хліба, містить клітковину мінерали і вітаміни, також сприяє хорошему травленню. В зелені буряка міститься 1,2 % білків і 6 % вуглеводів, представлених у вигляді моно – і дисахаридів; джерело клітковини, багатьох мінеральних речовин, вітамінів і органічних кислот. У листі моркви містяться антиоксиданти, ефірні олії, хлорофіл, харчові волокна та вітаміни. Таким чином, бадилля може забезпечити практично всіма необхідними вітамінами, без яких неможлива нормальна життєдіяльність організму [1, 2].

В склад висівкового хліба входить борошно першого сорту, висівки, вода питна, дріжджі хлібопекарські пресовані, цукор білий кристалічний, сіль кухонна та олія та порошок гички висушеного столового буряка та моркви. Як бачимо всі компоненти натуральні [3].

Так як свіжа сировина має сезонний характер і використовувати її круглий рік немає можливості, рекомендуємо зневоднювати гичку у мікрохвильовому полі та перемелювати в порошок для зручності використання. При обробленні сировини в мікрохвильовому полі встановлено, що зневоднення дозволяє зберегти вітаміни та інші біологічно активні речовини на 80 % від їх вмісту у вихідному продукті.

Для отримання нового виду хліба була прийнята за основу рецептура висівкового хліба де частину борошна замінили на натуральні добавки у вигляді порошку. В якості добавок були обрані 2 продукти: гичка буряка та моркви, так як дані продукти в нашій області вирощують і переробляють в великих масштабах.

З метою оптимізації дозування добавку вносили в кількості від 1 до 11 %, з кроком в 2 %. В результаті серії проведених досліджень було обрано дозування порошку: гичка буряка – 5 %, гичка моркви – 3 %.

Тісто замішували вологістю 44,5 % і створювали умови для бродіння до кінцевої кислотності 3,5 град. Тістові заготовки вкладали в змазані олією форми, заготовки підходили і випікались при температурі 220 °C на протязі 32 хв.

Для порівняльної споживчої оцінки даного хліба використовували бальну оцінку якості смаку та аромату виробу. Згідно аналізу отриманих результатів було показано, що найкращі споживчі властивості мали зразки хліба з додаванням порошку гички буряка та моркви і становили максимальну кількість балів 88,5 та 87,3 в порівнянні зі хлібом без добавок – 75.

Встановлено, що в хлібі з добавками покращилися фізико-хімічні показники, органолептичні якості та підвищилася харчова цінність на ринку хлібобулочних виробів.

Висновок. Використання листя та бадилля в якості покращання аромату дозволить збільшити асортимент хлібобулочних виробів а саме висівкового хліба. Збагачення хліба за рахунок нетрадиційної сировини дозволить отримати новий дієтичний продукт та вплинути на покращення функцій організму.

Список використаних інформаційних джерел

1. Белик В. Ф. Овощные культуры и технология их возделывания / В. Ф. Белик, В. Е. Советкина. – Агропромиздат, 1991. – 264 с.
2. Березовский В. М. Химия витаминов / В. М. Березовский. – 2-е изд. – Москва : Пищевая промышленность, 1993. – 317 с.
3. Пучкова Л. И. Лабораторный практикум по технологии хлебопекарного производства / Л. И. Пучкова. – 4 изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : ГИОРД, 2004. – 264 с.

СЕКЦІЯ 23 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОЛЕКТИВНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ЛЬВІВЩИНИ

Р. І. Мацелюх, група 1421;

*І. М. Мельник, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний університет*

Важливою складовою туристичних послуг є забезпечення туристів умовами проживання, які надаються колективними та індивідуальними засобами розміщення. Відповідно до чинного законодавства України [ДСТУ 4527:2006] колективними засобами розміщення вважаються будь-які об'єкти, в якому надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, де кількість місць повинна перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву та оплаті відповідно до встановлених цін. Основни-

ми типами колективних засобів розміщення є готелі, motel, бази відпочинку, туристичні бази тощо.

На функціонування туристичної індустрії та колективних засобів розміщування значно впливає економічна та суспільно-політична криза, посилення податкового та регуляторного тиску, різке падіння доходів населення, спад ділової та туристичної активності, зростання цін на послуги тощо, тому оцінка стану та виявлення тенденцій у розвитку колективних засобів розміщування набуває в сьогодишніх умовах значної актуальності.

Вагомою складовою готельного господарства України є колективні та індивідуальні засоби розміщення Львівської області. Цей регіон є одним з пріоритетних регіонів для вітчизняних і закордонних туристів. Щороку туристична відвідуваність Львівщини зростає приблизно на 10 % і в 2016 р. кількість туристів, що відвідали тільки м. Львів становила понад 2 млн осіб [офіційний сайт Львівського туристичного центру].

Для забезпечення умов проживання туристів у Львівській області функціонує потужна мережа засобів розміщення, тенденції розвитку частини якої подана в табл. 1.

Таблиця 1 – Динаміка розвитку колективних засобів розміщення у Львівській області [Головне управління статистики у Львівській області]

	Кількість КЗР, одиниць			Кількість місць, одиниць			Кількість розміщених, осіб		
	усього	у тому числі		усього	у тому числі		усього	у тому числі	
		ЮО	ФОП		ЮО	ФОП		ЮО	ФОП
2011	317	218	99	30 295	27 808	2 487	627 246	596 075	58 171
2012	325	216	109	31 555	28 610	2 945	680 744	617 799	62 945
2013	342	206	136	32 003	28 395	3 608	717 829	637 082	80 747
2014	340	212	128	36 283	32 746	3 537	620 007	541 916	78 091
2015	331	189	142	33 626	29 430	4 196	715 333	627 182	88 151

Так, станом на початок 2016 р. на Львівщині функціонувало (за даними офіційної статистики) 331 колективних засобів розміщення, які надавали 33,6 тис. місць. За період 2011–2015 рр. їх кількісний склад зріс на 4,4 %, а чисельність розміщених у них осіб зросла майже на 15 %. Це свідчить про те, що новостворені засоби розміщення є більшої місткості. Так, за аналізований період кількість місць, що надаються колективними засобами розміщення, зросла на 10,8 %. Проте, негативною тенденцією розвитку колективних засобів розміщення є зменшення їх кількості за останній 2015 р.

Колективні засоби розміщення створюються як юридичними, так і фізичними особами. За даними наведеної таблиці видно, що вітчизняні підприємці для ведення готельного бізнесу віддають перевагу більш

простішій організаційно-правовій формі. Так, якщо в 2011 р. 68,7 % колективних засобів розміщення належали юридичним особам, то в 2015 році їх частка становила 57 %. Така ситуація є зрозумілою, оскільки процедура реєстрації й ведення фінансово-бухгалтерської звітності є значно простішою і доступнішою для фізичних осіб-підприємців. З другого боку, така тенденція має і негативний характер, оскільки сектор індивідуального підприємництва меншою мірою залучений у формуванні бюджетних коштів і дуже часто знаходиться «в тіні».

Таким чином, колективні засоби розміщення Львівщини є потужним сектором готельного господарства України, динамічно розвивається з властивими йому тенденціями.

Список використаних інформаційних джерел

1. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги : ДСТУ 4268:2003. – [Чинний від 2004-07-01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004. – 9 с.
2. Центр розвитку туризму м. Львова [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.touristinfo.lviv.ua>. – Назва з екрана.
3. Головне управління статистики у Львівській області [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Т. О. Прокопенко, група 1421;

***І. М. Мельник, науковий керівник, к. е. н., доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний університет***

Розвиток туристичної галузі сьогодні надзвичайно актуальний, оскільки туризм є одним із найважливіших чинників виходу нашої економіки з кризи, стабільного і динамічного збільшення надходжень до бюджету. Вагомою складовою індустрії туризму є готельне господарство.

Однією із найбільш туристично привабливих областей України є Закарпатська. Вона розміщена на південному заході України і межує з Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією, а також з Львівською та Івано-Франківською областями країни. Таке положення надає їй низку гео економічних переваг у туристичній діяльності. Великі туристичні й екскурсійні можливості Закарпатської області обумовлені і багатьма іншими чинниками, зокрема різноманітна та унікальна історія, мальовнича природа краю, сприятливі кліматичні умови для відпочинку і занять зимовими видами спорту, наявність джерел мінеральних

і термальних вод з лікувальними властивостями, зручні автомобільні, залізничні та повітряні шляхи. Значною конкурентною перевагою Закарпатської області є унікальні можливості для розвитку зеленого та гірськолижного туризму.

Всі ці чинники дали поштовх до суттєвого розширення готельного господарства регіону, яке представлене різними типами колективних та індивідуальних засобів розміщення. Сучасні тенденції розвитку готельних підприємств Закарпатської області наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Динаміка розвитку колективних засобів розміщення Закарпатської області [1]

Показники		Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
Кількість колективних засобів розміщення, одиниць	усього	216	208	284	287	268
	готелів та аналогічних засобів розміщення	159	151	228	229	213
	спеціалізованих засобів розміщення	57	57	56	58	55
Кількість місць, одиниць	усього	13 471	12 821	16 947	17 929	16 937
	готелів та аналогічних засобів розміщення	6 936	6 120	9 693	10 160	9 473
	спеціалізованих засобів розміщення	6 535	6 701	7 254	7 769	7 464
Кількість розміщених осіб	усього	203 540	217 723	245 663	220 664	230 000
	готелів та аналогічних засобів розміщення	131 655	140 746	172 663	142 466	166 470
	спеціалізованих засобів розміщення	71 855	75 977	73 000	78 178	63 530

Станом на кінець 2015 р. в Закарпатській області офіційно зареєстровано 268 колективних засобів розміщення, у тому числі 213 готелів та аналогічних їм засобів розміщення. Загалом на Закарпатті функціонує більше 6 % всіх колективних готельних підприємств України. Причому, якщо в межах України динаміка їх розвитку є негативною (спад на 26,2 %), то в Закарпатській області цей показник зріс на 25 %. Це ще раз підтверджує зацікавленість споживачів у туристичній інфраструктурі краю.

За наведеними даними видно, що більш динамічно розвиваються готелі та аналогічні засоби розміщення (ріст на 33,9 %), тоді як кількість спеціалізованих зменшується.

Таким чином, готельне господарство Закарпатської області динамічно розвивається, що створює сприятливі умови для розміщення подорожуючих, і, відповідно, для активізації туристичної діяльності в регіоні та Україні загалом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Головне управління статистики в Закарпатській області [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

АВТОМАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЮ

Т. А. Бараш, магістр;

***Р. О. Бліщ, науковий керівник, к. т. н., доцент,
доцент кафедри харчових технологій Львівського
торгівельно-економічного університету***

На сьогодні автоматизація готельного комплексу є одним з актуальних завдань, від ефективного рішення якої залежить конкурентоспроможність готельно-ресторанного комплексу [1]. Тому питання автоматизації готелю є актуальним і потребує детального дослідження.

Сучасний готельно-ресторанний комплекс при своїй роботі вимагає обробки великих об'ємів інформації. А це можна вирішити використовуючи сучасні інформаційні технології. Своєчасність представлення усієї необхідної інформації керівникам і працівникам усіх рівнів управління на підприємстві з єдиного інформаційного фонду дозволяє значно підвищити ефективність управління, забезпечити чітку узгодженість рішень, що приймаються на різних рівнях і в різних структурних підрозділах [2].

Автоматизація готелю – це спосіб зберегти гроші та ресурси за рахунок автоматичного виконання більшості рутинних процесів, який забезпечує швидке повернення витрат на встановлення централізованого управління [3]. Автоматизація підприємства дозволяє швидко і ефективно вирішувати завдання з аналізу, планування і управління в найкоротші терміни, а також надає можливість на порядок підвищити якість обслуговування клієнтів. Застосування автоматизованої системи дозволяє швидко отримувати інформацію про наявність вільних місць і їх параметри, вести облік усіх послуг, що надаються гостям готелю від моменту поселення і до від'їзду. Також застосування автоматизованої системи управління дозволить підвищити міру інформованості керівника і управлінського персоналу про хід і результати діяльності підприємства, а також забезпечувати їх необхідними даними, планови-

ми і аналітичними розрахунками, інформацією для ухвалення ефективних оперативних управлінських рішень. При цьому підвищується обґрунтованість і об'єктивність рішень, що приймаються, за рахунок достовірності інформації, що поступає, про стан справ на підприємстві.

Готелю, на початку своєї роботи доцільно встановити автоматизовану систему управління адже це завдяки їй заклад досягне конкурентної переваги, продуктивність усіх його підрозділів буде на високому рівні та з самого початку своєї діяльності буде максимальне використання наявних ресурсів.

Проаналізувавши усі фактори, які впливають на вибір автоматизованої системи управління, такі як: розмір номерного фонду, наявність додаткових послуг (зв'язок, платні телеканали, електронні ключі, спа), місцезнаходження, контингент гостей, ми обрали автоматизовану систему управління «Inter Hotel», яка охопить усі відділи готелю та оптимізує трудові та фінансові ресурси.

Ця програма, дозволить вести повне управління закладом, отримувати оперативну інформацію, уникати впливу людського фактору та посилити конкурентні переваги свого закладу.

Обрана програма оптимізує роботу усіх структурних відділів готелю вона складається з таких модульних підсистем:

- Підсистема «Управління»
- Підсистема «Комерційний відділ»
- Підсистема «Портъє»
- Підсистема «Поверхова служба»
- Підсистема «Диспетчер»
- Підсистема «Складський облік»
- Підсистема «Бухгалтерський облік»
- Підсистема «Заробітна плата»
- Підсистема «Кадри»

Кожна підсистема виконуватиме певні функції.

Введення автоматизованої системи управління «Inter Hotel» дозволить керівництву готелю своєчасно отримувати необхідну інформацію для проведення маркетингу і стратегічного аналізу діяльності підприємства з метою розширення частки ринку, збільшення доходів та підвищення заповнюваності готелю.

Список використаних інформаційних джерел:

1. Гудзовата О. О. Автоматизовані системи управління підприємствами ресторанного бізнесу / О. О. Гудзовата // Торгівля, комерція, підприємництво / Збірник наукових праць. – Вип. 14. – Львів : ЛКА, 2012. – С. 76–82.
2. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія і практика : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 472 с.

3. Роглев Х. Р. Основи готельного менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.tneu.edu.ua>. – Назва з екрана.

ЗАХОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ РЕСТОРАНУ

Н. Ю. Шумакова, магістр;

*Р. О. Бліщ, науковий керівник, к. т. н., доцент,
доцент кафедри харчових технологій Львівського
торгівельно-економічного університету*

Ефективність діяльності підприємства ресторанного господарства являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання всіх ресурсів виробництва за певний проміжок часу [1].

Заходом підвищення ефективності роботи ресторану є його реклама. Саме реклама у діяльності будь-якого ресторану є найбільш ефективним засобом інформування потенційних клієнтів про нові товари та послуги. Визначальна умова ефективної ринкової стратегії будь-якого ресторану це професійно організована і проведена рекламна компанія.

Покращенню роботи ресторану сприяє використання автоматизованої системи, що покликано не тільки скоротити час чекання замовлення, час виписування рахунків при розрахунку споживачів, але дає можливість поєднати в одне ціле торговельну залу, виробництво, складське господарство, ведення обліку на підприємстві тощо.

Використання автоматизованої системи дає можливість ефективного контролю кожної ланки виробництва і обслуговування, у тому числі і доготівельних цехів.

Запорука підвищення ефективності діяльності ресторану є якість обслуговування – це суть послуг ресторану й умова його успішності [2]. Ресторан, що зумів надати споживачам відмінний сервіс, одержує найсильнішу конкурентну перевагу.

При розробці заходів з удосконалення діяльності підприємства необхідно приділити увагу трудовому потенціалу, а саме: підвищенню кваліфікації працівників ресторану та трудової дисципліни; покращання культури обслуговування та створення сприятливих умов роботи працівників.

З метою покращення роботи ресторану доцільно застосування спеціальних знижок та акцій у дні, коли ресторан зазвичай простоє. Гості ресторану рідко відвідують ресторан на вечерю по понеділках і вівторках. Тому в ці дні бажано запровадити різноманітні акції та знижки, які б спонукали потенційних гостей відвідувати підприємство ресторанного господарства.

Прикладами знижок та акцій, які можуть бути використані для залучення гостей в період низького завантаження ресторану, можуть бути: happy hour або щасливий час; знижки для пенсіонерів або сту-

дентів; проведення дегустації; проведення дівич-вечорів, які популярні зараз в Америці [3].

Організація різноманітних свят (днів народження, Нового року, корпоративів, гастрономічних шоу, урочистих презентацій страв, бар-шоу тощо) дозволяє залучати групи гостей в ресторан переважно ввечері та вночі, тобто після того, як ресторан вже отримав прибуток після обслуговування гостей на ланч та обід. Ресторан може виділяти окреме приміщення під організацію свят або ж використовувати свій основний зал.

Ефективності роботи ресторану також сприяє виїзне ресторанне обслуговування – кейтерінг. Команда професіоналів ресторану організовує та проводить ділові, корпоративні заходи, а також святкові ювілейні і весільні банкетні.

Активізація програм лояльності для постійних гостей також сприятиме підвищенню ефективності роботи підприємства. Адже лояльні гості ресторану не просто самі відвідують ресторан, але і приводять своїх друзів.

Оптимізація розмірів столиків в ресторані в кінцевому підсумку також призводить до підвищення ефективності діяльності ресторану. Ресторан відвідують різні клієнти: 50 % гостей ресторану приходять парами, близько 30 % самостійно або в групі з 3-х чоловік, 20 % гостей відвідують ресторан групами з 4-х чоловік. Доцільним для ресторану буде розміщення в залі ресторану столиків різних розмірів, які б задовольняли різних відвідувачів. У період високого завантаження ресторану це має величезне значення.

У великих містах наявність автостоянки біля ресторану надзвичайно важливо. Якщо ресторан розташований в точках інтенсивних транспортних потоків і розрахований на обслуговування великих потоків гостей, наявність стоянки стає обов'язковою складовою інфраструктури ресторану. Її відсутність в такому випадку прирівнюється до зменшення потоку клієнтів, а отже і до зниження ефективності діяльності ресторану.

Всі приведені вище напрямки удосконалення діяльності ресторану, ведуть до збільшення кількості відвідувачів, що незаперечно сприятиме росту товарообігу підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гайдаенко Т. А. Маркетинговое управление / Т. А. Гайдаенко. – Москва : Эксмо, 2006. – 496 с.
2. Барановський В. А. Ресторанный бізнес : навч. посіб. / В. А. Барановський. – Ростов н/Д : Фенікс, 2005. – 220 с.
3. Борисова О. В. Інноваційний потенціал підприємств ресторанного господарства та ефективність його використання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.hduht.edu.ua/News/tezi_18.10.12/14.pdf. – Назва з екрана.

**ЗНАЧЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
ДЛЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

К. М. Шалун, Т-41;

*П. В. Шуканов, науковий керівник, д. геогр. н., доцент,
професор кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»*

Результати системного аналізу реалізації концепції сталого розвитку свідчать про те, що відповідна стратегія подолання кризи передбачає пріоритет глобального підходу, але з урахуванням можливостей, інтересів і перспектив розвитку різних регіонів світу. Саме тому одним з рішень Конференції ООН (Ріо-де-Жанейро, 1992) передбачено створення спеціальної Комісії зі сталого розвитку за участю представників усіх країн світу. Це рішення має сприяти забезпеченню глобального управління соціально-екологічної сферою, поєднанню національних та загальнолюдських інтересів при виході світової спільноти на рівень сталого розвитку». Фактично передбачається створення такої системи координації та контролю, яка може поєднувати локально-національні, регіонально-міжнародні та планетарно-антропосферні підходи до вирішення суперечностей в рамках взаємодії «природа – суспільство – техніка».

Тому у червні 2013 року під егідою Генерального секретаря ООН Пан Гі Муна випущена спеціальна програма дій на підтримку глобальних зусиль для досягнення стійкого розвитку в період з 2015 по 2030 роки. На основі даної програми були розроблені Цілі сталого розвитку (ЦСР, Sustainable Development Goals), офіційно відомі, як «Перетворення нашого світу: порядок денний в галузі сталого розвитку на період до 2030 року». Концепція ЦСР на період з 2016 по 2030 рр. офіційно затверджена на засіданні Генеральної Асамблеї ООН 25 вересня 2015 р. (м. Нью-Йорк) як стратегія розвитку світу, яка містить 17 глобальних цілей і 169 відповідних завдань трансформації суспільства та світового ринку в цілому.

Для реалізації даної програми в процесі глобальної кризи передбачається поступова заміна нині існуючої світової системи, яка функціонує на основі пріоритетів держави-нації, на макрорегіональну систему традиційно-культурного типу з пріоритетами держави-корпорації та відповідного ринку туристичних послуг. Результатом загальнопланетарної трансформації світового ринку повинні стати регіонально-наднаціональні (глокальні) соціально-економічні та макрорегіональні

ринкові структури інформаційно-цивілізаційного типу як основа майбутньої організації глобального ринку туристичних послуг.

Для більш повного та об'єктивно-змістовного усвідомлення значення глобальної стратегії сталого розвитку для ринку туристичних послуг необхідно враховувати наступні **принципи дослідження трансформації сучасного світового господарства:**

1. Принцип концептуально-стратегічного розвитку та модернізації світового ринку туристичних послуг (СРТП);

2. Принцип оперативно-тактичного моніторингу глобальної трансформації та регіонального розвитку СРТП;

3. Принцип індивідуальної та колективної адаптації споживача в умовах формування СРТП нового постіндустріального типу.

На основі даних принципів приходимо до висновку про існування безпосереднього взаємозв'язку між стратегією сталого розвитку та трансформацією загальнопланетарної ринкової системи, які в сукупності є ідеологічним та практичним засобом у процесі формування майбутнього глобально-туристичного простору. Отже, за своєю суттю, офіційно затверджена стратегія сталого розвитку використовується глобально-корпоративною олігархією для переходу від офіційно функціонуючих, але стрімко деградуючих національно-ринкових систем та відповідних інститутів влади до нового макрорегіонально-цивілізаційного ринку туристичних послуг.

ОРГАНІЗАЦІЯ ДИТЯЧОЇ АНІМАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ

В. В. Борисенко, Т-42;

**Н. М. Карпенко, науковий керівник, доцент,
доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

Термін «анімація» має латинське походження («anima» – душа, повітря, вітер) і означає насагу, натхнення, залучення до руху, до активної діяльності, стимулювання життєвих сил. Розрізняють різні види анімації, зокрема, за віковою ознакою анімація може бути дитячою та дорослою. Дитяча анімаційна програма – це комплекс різноманітних заходів, таких як конкурси, змагання, командні ігри, естафети, головоломки, веселі битви, творчі квести, які забезпечують веселе проведення часу, а також приносять задоволення та забезпечують оздоровчий ефект. Під впливом рухів у дітей, як і в дорослих, поліпшується функція серцево-судинної і дихальної системи, зміцнюється опорно-руховий апарат, регулюється діяльність нервової системи. [1] При правильній організації анімаційних програм у дітей підвищується не лише фізична працездатність, а й розумова діяльність.

Оскільки діти відрізняються від дорослих своєю більш змінною психікою, невинним пізнавальним прагненням та бажанням постійно знаходитися в русі, дитячий аніматор повинен мати, перш за все, психолого-педагогічні якості – бути гарним організатором, та вміти передбачити і згладжувати конфлікти, що виникають у дитячому середовищі, а ще бути спортсменом, танцюристом, туристом, співаком, клоуном, фокусником, масовиком-витівником, любити дітей і з повагою ставитися до них.

Враховуючи існуючі дослідження фахівців в галузі організації анімаційних послуг [1, 2, 3], можна визначити основні характеристики професійної майстерності дитячого аніматора, що проявляють у наступних вміннях:

- складати цікаву анімаційну програму, що відповідає тематиці свят та потребам і запитам споживачів;
- привертати увагу до відповідної анімаційної програми, та залучати якомога більше учасників;
- враховувати вікові, психологічні, етнічні, релігійні та інші особливості споживачів, забезпечуючи індивідуальний диференційований підхід;
- не губитися в складних та несподіваних ситуаціях;
- вдало використовувати у своїй роботі накопичений у даній сфері досвід і новітні досягнення передової педагогіки, психології та інших наук;
- урізноманітнювати анімаційні програми, уникаючи шаблонності в їх організації.

Працівники Полтавського міського будинку культури (ПМБК) мають великий досвід в організації дитячих анімаційних програм та незважаючи на це, постійно працюють над їх урізноманітненням та підвищенням атрактивності. Основними напрямками такої діяльності ПМБК є:

1) Створення дитячих програм нового формату, таких як:

- шоу мильних бульбашок, під час якого надувають великі (до декількох метрів) і зовсім маленькі мильні бульбашки, з'єднують їх в химерні фігури, перетворюють на довгі стрічки, наповнюють різнобарвним димом і навіть поміщають в них дітей, влаштовують з бульбашок справжні танцювальні шоу;
- ігрові програми з використанням «ростових костюмів»;
- дитячі флешмоби під назвою «Friends dance», що проходять на різних майданчиках міста (танцювальні зали, розважальні центри, парки та площі);
- святкові анімаційні програми для дітей-сиріт;
- дитячі тематичні дискотеки.

2) Використання сучасного реквізиту – гігантських парашутів, м'ячів, сплетених кіс, кругових зміїв, м'якого дартсу тощо.

3) Створення масштабної декорації для вистав, із можливістю виступу повітряних акробатів.

4) Проведення квестів, під час яких діти виконують творчі завдання.

5) Використання сучасної методичної бази (сценаріїв з іграми і розвагами для різних вікових груп учасників, з урахуванням ступеню їх знайомства, темпераменту, рівня освіченості тощо) [4].

Працівники ПМБК постійно відвідують концертні, анімаційні, розважальні заходи місцевого і державного значення, щоб обмінюватися досвідом і дізнаватися про інновації у сфері організації дитячих анімаційних програм.

Список використаних інформаційних джерел

1. Байлик С. І. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посіб. / С. І. Байлик, О. М. Кравець. – Харків : ХНАМГ, 2008. – 197 с.
2. Гальперина Т. И. Актерское мастерство в деятельности менеджера туристской анимации / Т. И. Гальперина. – Москва : Турист, 2004. – 120 с.
3. Генкин Д. М. Массовые праздники : учебное пособие для студентов институтов культуры / Д. М. Генкин. – Москва : Просвещение, 2006. – 140 с.
4. Полтавський міський будинок культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mbk-poltava.org.ua>. – Назва з екрана.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ОСНОВІ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

А. Ю. Шандиба, Т-33;

О. О. Тараненко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Тенденції зростання доходів від туризму свідчать про значний потенціал розвитку цієї сфери діяльності. Для багатьох країн світу він є пріоритетним джерелом наповнення бюджетів та виконує низку інших важливих функцій. Тому зростає актуальність питання підтримки подальшого розвитку туристичної сфери, важливим інструментом якого є проведення виставок, салонів та інших різновидів ярмарково-виставкової діяльності.

Під час проведення ярмарково-виставкових заходів представники різних країн, окремих регіонів, авіакомпаній, міжнародних туроператорів, готелів і ресторанів мають можливість представити свою продукцію і свої послуги для відвідувачів цих заходів. Їх важливою складовою є ділові програми, які включають семінари, прес-конференції, круглі столи, різні засідання, неформальні зустрічі фахівців туристичного ринку та інші заходи, що сприяють розвитку індустрії туризму.

Згідно даних Всесвітньої асоціації виставкової індустрії (UFI), у світі щорічно відбувається близько 31 тис. виставок, для яких орендується 124 млн м² загальної чистої виставкової площі, на якій 4,4 млн компаній-експонентів мають змогу презентувати свої досягнення, товари та послуги 260 млн відвідувачам [1]. До міжнародних туристичних виставок, які відіграють важливу роль у розвитку індустрії туризму в світових і національних масштабах належать FITUR, Міжнародна туристична виставка (SIT), Берлінська міжнародна туристична біржа, Всесвітній ринок подорожей, Азербайджанська міжнародна туристична виставка (AITF), Казахстанська міжнародна туристична виставка (KITF), Московська міжнародна виставка «Подорожі та туризм» (MITT), Українська міжнародна виставка «Туризм та Подорожі» (UITT) та інші.

Кожна з наведених виставок має свої особливості, але в цілому як для фахівців туристичної індустрії, так і приватним відвідувачам вони пропонують наступні можливості:

- унікальна можливість заявити про себе як про успішну компанію;
- дізнатися більше про клієнтів і їх очікуваннях;
- отримати негайний відгук про продукт;
- створити і розширити базу даних контактів на перспективу;
- можливість зміцнити репутацію в професійному середовищі, зберігати і посилювати свій вплив на ринку;
- найкоротші терміни вивчити конкурентів;
- оцінити маркетинговий потенціал компанії;
- знайти нових партнерів по бізнесу і розширити співпрацю з вже існуючими;
- порівняти умови, вивчивши пропозиції максимальної кількості компаній;
- дізнатися про нові туристичні напрямки, продукти та послуги на туристичному ринку;
- отримати необхідні для роботи матеріали та каталоги;
- можливість збільшення обсягів продажів, розширення ринку збуту;
- виставка як індикатор розвитку туристичної галузі на різних рівнях;
- засіб отримання інформації про актуальний турпродукт в цьому сезоні;
- майданчик для укладення договорів з туроператорами \ авіалініями на майбутній сезон;
- можливість вертикально експлуатувати канал дистрибуції і крос-продажу;
- демонстрації і презентації для клієнтів;
- дослідження ринку, перевірка доцільності і прийняття нових продуктів і результатів;
- обслуговування, перевірка маркетингової кампанії;
- порівняння іміджу бренду, позиціонування і суспільне сприйняття;

- можливість шукати і знаходити останні новинки, технології та послуги.

Таким чином, міжнародні туристичні виставки є важливим інструментом розвитку туризму як на національному, так і міжнародному рівнях. Вони виступають бізнес-майданчиком зустрічі всіх учасників індустрії і державних органів влади, що, крім інших корисних наслідків проведення виставки, дозволяє різнобічно обговорювати і комплексно вирішувати проблеми розвитку індустрії туризму.

Список використаних інформаційних джерел

1. Global Exhibition Industry Statistics (March, 2014): data from the official web-site of the Global Association of the Exhibition Industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/2014_exhibitor_industry_statistics_b.pdf. – Назва з екрана.
2. П'ятницька Г. Т. Перспективи розвитку виставкової діяльності в Україні: кластерний підхід [Електронний ресурс] / Г. Т. П'ятницька // Ефективна економіка. – 2016. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5139>. – Назва з екрана.

САКРАЛЬНА ПОЛТАВЩИНА У ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТАХ

О. Галкіна, Т-11;

М. М. Логвин, науковий керівник, к. геогр. н., доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сакральні місця і об'єкти завжди відігравали істотну роль у збереженні духовних традицій для формування духовно-релігійного світогляду та життєстійкості населення. Зараз культові споруди відвідують з метою паломництва, а їх коло об'єктів значно розширилось. До матеріальних ресурсів релігійного туризму і паломництва відносяться не лише культові споруди, але й святі джерела, дерева, скелі, печери, тобто об'єкти природних туристичних ресурсів. Крім того, ці об'єкти є важливими елементами виховної функції туризму.

Туристи і, в першу чергу, прочани подорожують до святих місць з різними мотивами: помолитися, вирішити особисті проблеми, знайти собі відповідну релігію, духовну школу.

Подібними туристичними ресурсами володіє і Полтавщина. Найголовнішими центрами релігійного туризму і паломництва у Полтавській області є наступні.

Мгарський монастир завжди відігравав видатну роль в духовному житті України. На початку XVII ст. населення монастиря складалося здебільшого з колишніх запорозьких козаків. У 1663 р. в монастирі під

іменем монаха Гедеона перебував син Богдана Хмельницького, Юрій. Із 1737 р. ігуменом, а з 1744 р. першим архімандритом монастиря був майбутній святий Іоасаф (Горленко), єпископ Белгородський. У XVII–XVIII ст. тут був створений Мгарський літопис. В 1692 році на місці дерев'яної церкви, на кошти гетьманів Івана Самойловича та Івана Мазепи був збудований кам'яний Спасо-Преображенський собор у стилі козацького (українського, мазепинського) бароко.

Полтавський Хрестовоздвиженський монастир не раз руйнували і спустошували. Він був центром культури та просвітництва на Лівобережжі, довгий час мав статус чоловічого, але нині існує як жіночий.

Козельщинський монастир Різдва Пресвятої Богородиці засновано біля каплиці, в якій було встановлено ікону Козельщинської богоматері. За переказами, саме ця ікона допомогла зцілитися доньці графів Капністів – володарів маєтку у селі (нині – смт. Козельщина). У 1881–1883 рр. було зведено церкву Різдва Богородиці, відкрито лікарню й аптеку. У 1885 р. Синод дозволив заснувати православну общину. Перші 20 жінок на чолі з монахиною Золотоніського Красногірського монастиря Олімпіадою прибули вже наступного, 1886 року. У 1891 р. освячено муровану Преображенську церкву, а общину перетворено на монастир. У 1900–1906 рр. за проектом парафіяльного архітектора С. В. Носова зведено Собор Різдва Богородиці. Під час російсько-японської війни при монастирі діяв лазарет. Монастир був закритий у 1929 р.

Унікальним історико-архітектурним пам'ятником, виконаним у давньоруському стилі є Спаська церква в Полтаві. Це один із найдавніших храмів Полтави. Точна дата заснування Спаської церкви невідома. Спочатку храм був боковим боковим вівтарем Преображенської церкви. Перші згадки про нього зафіксовані в документах, які датуються кінцем XVII століття.

У 2002 р. з ініціативи міської влади та жіночої релігійної громади Полтави побудовано храм на честь великомучениць Віри, Надії, Любові та їх матері Софії. В середині храму земна оселя Ісуса Христа відділяє на всю висоту церкви різьблений іконостас, виконаний львівськими майстрами. Деякі ікони привезені з Почаївської Лаври. П'ятибанный храм у стилі класицизму увінчує центральний, більш ніж п'ятиметровий хрест. Декоративні бані-дзвони містять сім дзвонів.

Центром паломництва туристів єврейського походження з різних країн світу (Ізраїлю, США, Канади, Польщі, Прибалтики) є м. Гадяч. Саме тут у 1813 р. було поховано засновника хасидизму (релігійної течії) ХаБад Шнеура Залмана (Алтер Ребе). Центр хасидизму побудовано на пожертви, більшість з яких зробила сім'я Рор – відомі американські меценати. Одне із головних завдань центру хасидизму – забезпечити комфортні умови перебування тисячам паломників, які будуть з'їжджатись до Гадяча на могилу Альтер Ребе.

Полтавські Піраміди. Два архітектурних дива на Полтавщині, дві з трьох українських пірамід-усипальниць як віддзеркалення ставлення в Україні до пам'яток архітектури. Піраміду у Березовій Рудці (Пирятинський район) збудував зять Петра Столипіна, колишній посол Російської імперії у Єгипті Ігнатій Закревський у 1898–1899 рр. Після повернення додому із Єгипту вирішив спорудити каплицю над могилами батьків у вигляді піраміди (висота – 9 м). І. Закревський помер 1906 р. і був похований у склепі свого творіння.

Іншу полтавську піраміду у с. Комендантівка (Кобеляцький район) спорудили двома десятками років раніше. Офіцер флоту Олександр Білевич (Белевич), побувавши на початку 1860-х років у Єгипті, також був вражений величиною пірамід у Гізі, та вирішив збудувати щось подібне у себе. Будувалася піраміда як церква (а не усипальниця). Комендантівська піраміда вища від своєї землячки на 6 м.

Ці, та інші сакральні споруди використовуються, в першу чергу, у місцевих туристичних маршрутах. Релігійні туристи цікавляться сакральними об'єктами ізсвітоглядних позицій, відвідуючи екскурсії. Паломники можуть потрудитися, підготуватися до церковних таїнств, перебуваючи у монастирських обителях кілька днів або більше.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

С. Ю. Головка, ДЧ-114;

**А. О. Інгор, ст. викладач кафедри романо-германських мов,
Класичний приватний університет**

Світовий досвід переконує, що туризм – повноправний і надприбутковий компонент економіки. Туризм отримав значний розвиток і став масовим соціально-економічним явищем міжнародного масштабу. Швидкому його розвитку сприяє розширення політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між державами і народами світу.

За даними Центру туристичної документації СОТ, кожен чотирнадцятий працює в світі зайнятий у сфері, надає послуги, в тому числі і послуги на підприємствах національного і міжнародного туристичного бізнесу. В даний час обіг коштів в галузі туризму становить понад два трильйони доларів США. Це приблизно 5 % світових продажів товарів і 15 % послуг, які надаються за кожний рік.

В Україні темпи розвитку туристичної галузі послуг розвивається не так динамічно, як у світі. Слід зазначити, що об'єктивно вона має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. На сьогодні українські громадяни є своєрідними інвесторами зарубіжних країн. Туризм, за розрахунками

фахівців, лише у вигляді податків міг би щороку приносити в державну скарбницю до 4 млрд. дол.

Причини проблеми треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, в невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях.

Брак інформації про Україну – одна з основних причин низьких темпів розвитку туризму. Поліпшити ситуацію може участь фахівців і представників турагентств у відомих світових туристичних виставках.

Програма спрямована на розширення і поліпшення якості туристичної інфраструктури України, спрощення процедури перетину кордону, зниження оподаткування туристичних компаній.

Туристичні адміністрації багатьох держав світового співтовариства в повній мірі оцінили важливу роль і значення туризму і проводять усі необхідні заходи щодо його розвитку і вдосконалення: здійснюють пільгове фінансування готельних комплексів та туристичної інфраструктури, будівництво доріг, звільняють від сплати податків терміном на три-п'ять років нещодавно створені туристичні фірми, видають безвідсоткові кредити на будівництво нових об'єктів туризму та підготовку кадрів. Українській владі доцільно використати цей досвід у своїй діяльності.

Необхідною умовою розвитку туризму в Україні є ефективне функціонування готельної індустрії, що приносить близько 60 % усіх доходів від туризму (приблизно 6–8 % ВВП). Туристські потоки безпосередньо залежать від стану готельного сектора, якості та ціни основних та додаткових готельних послуг.

Істотним недоліком вітчизняних готельних підприємств є низька культура обслуговування, високі ціни за проживання за недосконалого сервісу. Крім того, ціни на готельні послуги в Україні не відповідають їх якості. Щоб усунути цю невідповідність і вирішити проблеми іміджу України на світовому рівні, потрібно підвищити вимоги до сертифікації готелів. Звичайно, стандарти, які встановлюють класифікаційні вимоги до сертифікації готелів, не можуть вирішити проблеми обслуговування на підприємствах туристичної індустрії, але вони будуть стимулювати працівників.

Туристичний бізнес потребує ґрунтовних знань від своїх працівників, практичних навичок роботи в туристичній фірмі, готельному господарстві, транспортній компанії. Тут повинна бути гармонія між глибокими теоретичними знаннями і досконалої практичною підготовкою, їх треба через кожні 3–5 років оновлювати.

Отже, підсумовуючи все вищенаведене, приходимо до досить простого висновку. Так, можна з впевненістю стверджувати, що в галузі туризму проблемним сьогодні є неефективне та нерациональне використання відповідних ресурсів, сьогоднішній рівень розвитку туристич-

тичної індустрії не відповідає наявному потенціалу. Це є визначальним питанням, яке має різну структуру, складаючись, в свою чергу, з ряду інших, більш конкретних питань. Так, до останніх можна віднести відсутність розвиненої інфраструктури, низьку якість обслуговування, відсутність якісної реклами та глибинної інформації про готелі, санаторії, тури по країні та послуги, які надаються не на світовому рівні, значний податковий тягар тощо.

Список використаних інформаційних джерел

1. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
2. Міжнародний туризм : учеб. / А. Ю. Олександрова. – Москва : Аспект Прес, 2004. – 470 с.
3. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / І. М. Школа, Т. М. Оріховська, І. Д. Козьменко та ін. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2005.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці, 2003.
5. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : моногр. / Т. І. Ткаченко. – Київ : Київський нац. торговельно-економічний ун-т, 2006.

СЕКЦІЯ 25 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ПІДВИЩЕННЯ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ СОЛОДКИХ ЖЕЛЬОВАНИХ СТРАВ

О. Д. Кияненко, студент групи ТРГ-51 м;

*А. Б. Бородай, к. вет. н., доцент, Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Великою популярністю у різних вікових груп населення користуються десертні страви. Серед них особливе місце займають десерти із драгледоподібною структурою: желе, муси, бланманже та ін. Харчова цінність цих продуктів характеризується підвищеною калорійністю і низьким вітамінно-мінеральним складом [2]. Тому, проведення робіт, спрямованих на розширення асортименту десертів та створення нових смакових композицій за рахунок застосування рослинної сировини, підвищення харчової цінності, розробки рецептур страв функціонального призначення є актуальними.

Недоліком желейних страв є те, що вони містять незначну кількість біологічно активних речовин та при їх виготовленні використовуються синтетичні барвні речовини, які часто є шкідливими для організму людини. При виготовленні желейних страв використовують переважно імпорتنі загущувачі, такі як желатин, пектин, агар, метилцелюлоза тощо. У зв'язку з цим актуальним є пошук і введення компонентів при виготовленні таких десертів, які б мали гарні драглеутворюючі властивості, високий вміст біологічно активних речовин і покращували забарвлення готового продукту.

Метою роботи є розробка вітамінізованих желейних десертів (самбуків) для закладів ресторанного господарства з використанням пюре із ягід чорної смородини та банану, вивчення їх якості за органолептичними показниками.

Самбук – це десерт, приготований з фруктового або овочевого пюре, збитих яєчних білків, цукру, желатину, потім охолоджений. Традиційно при виготовленні самбуків використовуються яблука та продукти їх переробки, соки, повидло, пюре тощо. Це пов'язано з найбільшою доступністю цих продуктів при виготовленні желейних страв і їхніми високими технологічними та функціональними властивостями. Відомо, що яблучне пюре характеризується здатністю стабілізувати суспензії, піни, утворювати за певних умов драглі з розчинів, воно є сумісним з будь-якими добавками, а також може набувати їх колір при внесенні, добре гармоніює за смаком і запахом з будь-якими фруктовими добавками [1, 2]. Проте, проблемним моментом у технології солодких жельованих страв є втрати поживних речовин яблуками під час термічної обробки з метою отримання пюре, а також використання яєчного білка, який може бути потенційно небезпечним з точки зору мікробіологічної контамінації, викликати алергічні реакції та обмежує коло споживання готового продукту для поціновувачів веганства.

На першому етапі досліджень шляхом проведення органолептичної оцінки було визначено оптимальну концентрацію внесення пюре з чорної смородини до складу. Пюре чорної смородини вносили у кількості від 20 до 60 % від маси яблучного пюре. Найкращим було обрано зразок із внесенням 40 % пюре смородини, який відрізнявся приємним кисло-солодким смаком та ароматом, гарним бузковим кольором.

З метою заміни складового компоненту – білку і збереження пінної консистенції готового продукту було проведено удосконалення рецептури за рахунок введення 50 та 100 % пюре банану від маси яєчного білку. За результатами органолептичних досліджень встановлено, що зразки № 3 і 4 не поступалися контролю за всіма критеріями.

Зразок зі 100 % заміною яєчного білку на бананове пюре не відрізнявся зниженням пінної структури та мав відмінні показники. На основі проведених досліджень була розроблена технологічна схема виготовлення самбуку яблучного, яка відрізняється від класичного

внесенням пюре з чорної смородини та повною заміною яєчного білка на пюре банану.

У подальших дослідженнях буде детально вивчено харчову й біологічну цінність нових видів самбуків, фізико-хімічні та мікробіологічні показники.

Висновки. Встановлено, що за органолептичними властивостями нові види самбуків на основі яблучного пюре з додаванням пюре зі смородини та банану, мають високі показники якості, відрізняються приємним кольором, смаком та ароматом.

Використання нетрадиційної сировини, а саме смородини та банану, дозволить не лише розширити асортимент солодких жельованих страв, а й підвищити їхню харчову та біологічну цінність, а також рекомендувати їх для дієтичного харчування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дібрівська Н. В. Розробка нових видів желе з використанням функціональних пастоподібних напівфабрикатів-добавок із дикорослих ягід / Н. В. Дібрівська, О. О. Костиш // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – № 1 (28). – 2008. – С. 111–114.
2. Кравчук Т. В. Вітамінізовані желейні десерти з використанням антоціанових добавок для закладів ресторанного господарства / Т. В. Кравчук // Біопроекти, біотехнологія харчових продуктів, БАР. – № 1 (22). – 2013. – С. 40–43.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ЦУКРОВОГО ПЕЧИВА

***І. Ю. Нужна, Ю. В. Самброс, студенти групи ТХ-31;
А. Б. Бородай, к. вет. н., Л. І. Маніна, к. т. н., доценти,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»***

У результаті проведених досліджень щодо харчових продуктів, які користуються попитом у студентів, виявлено, що найбільшою потребою користуються продукти швидкого харчування (80 % опитаних) і 20 % із них – це борошняні кондитерські вироби, а саме – цукрове печиво. Воно відрізняється привабливим зовнішнім виглядом, приємним ароматом і смаком, а завдяки значному вмісту цукру і жиру є висококалорійним і легкозасвоюваним харчовим продуктом.

Нами проведено оцінку якості цукрового печива різних виробників що реалізується на споживчому ринку м. Полтава, за органолептичними, фізико-хімічними та мікробіологічними показниками. Об'єктами дослідження були зразки печива п'яти торговельних марок (ТМ) («Рошен», «Домінік», «Конті», «Загора», «Розумний вибір»).

Дослідження органолептичних показників якості печива показало, що лише за показником вигляду у розломі цукрове печиво ТМ «Розумний вибір» не відповідало встановленим вимогам на даний вид продукції. Решта обраних для дослідження зразків цукрового печива за усіма органолептичними показниками відповідали вимогам ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови».

Результати дослідження вологості зразків цукрового печива показали, що вона коливалась в межах 5,1–7,3 % і відповідала ДСТУ 3781:2014. Найвищу вологість мали зразки цукрового печива ТМ «Розумний вибір» (7,3 %) і ТМ «Домінік» (7,0 %), що, ймовірно, пов'язано з більшою товщиною зразків печива цих торговельних марок порівняно з іншими зразками, обраними для дослідження.

Лужність цукрового печива складала від 0,8 до 1,9⁰, найнижчий показник лужності мало печиво ТМ «Рошен», а найвищий – печиво ТМ «Розумний вибір». Високі значення лужності зразків можна пояснити введенням більшої кількості розпушувачів, проте ці значення знаходяться в межах діючого стандарту.

Намочуваність зразків цукрового печива складала від 150 % (ТМ «Розумний вибір») до 168 % (ТМ «Конті»), що відповідає вимогам до даного виду продукції, а отже, підтверджує його якість. Щільність цукрового печива обраних ТМ значно варіювала в межах від 0,542 г/см³ до 0,575 г/см³, що свідчило про їхню гарну пористість. За показником масової частки жиру усі зразки печива, обрані для дослідження, також відповідають встановленим вимогам.

Мікробіологічні показники усіх досліджуваних зразків печива відповідали встановленим вимогам ДСТУ 3781:2014. У цукровому печиві були відсутні бактерії групи кишкових паличок і патогенні мікроорганізми, а також збудники псування – плісеневі гриби та дріжджі. Кількість МАФАМ в 1 г цукрового печива не перевищувала норму – 5×10³ КУО/г ні на початку зберігання, ні через 3 міс. Проте, після трьох місяців зберігання у зразку № 5 – печиво ТМ «Розумний вибір», що зберігалось без упаковки, було виявлено гриби роду *Aspergillus*.

Таблиця 1 – Вплив умов зберігання на зміну кількісного та якісного складу мікрофлори печива цукрового

Зразки	МАФАНМ, КУО, 1 г		БГКП, КУО, 0,1 г	Гриби, дріжджі, КУО, 1 г
	термін зберігання (дів)			
	7	90		
Умови зберігання: без упаковки				
ТМ «Рошен»	1,8×10 ³	2,4×10 ³	–	–
ТМ «Домінік»	2,9×10 ³	3,3×10 ³	–	–
ТМ «Конті»	1,8×10 ³	2,8×10 ³	–	–
ТМ «Загора»	1,8×10 ³	2,5×10 ³	–	–
ТМ «Розумний вибір»	2,7×10 ³	4,7×10 ³	–	1

Продовж. табл. 1

Зразки	МАФАНМ, КУО, 1 г		БГКП, КУО, 0,1 г	Гриби, дріжджі, КУО, 1 г
	термін зберігання (дів)			
	7	90		
У поліпропіленовій упаковці				
ТМ «Рошен»	1,3×10 ³	1,2×10 ³	–	–
ТМ «Домінік»	2,1×10 ³	2,3×10 ³	–	–
ТМ «Конті»	1,4×10 ³	1,5×10 ³	–	–
ТМ «Загора»	1,7×10 ³	1,8×10 ³	–	–
ТМ «Розумний вибір»	2,2×10 ³	3,6×10 ³	–	–

Таким чином, результати оцінки показників якості та безпеки цукрового печива дозволяють зробити висновок, що кількість МАФАНМ, КУО/1 г в усіх досліджуваних зразках на початку зберігання відповідала чинній документації, через 90 дів вона дещо змінювалася, але незначно; найзабрудненішим виявився зразок «Розумний вибір». Кількість грибів і дріжджів, наявність яких у продукті не дозволяється, в усіх досліджуваних зразках на початку дослідження відповідала вимогам стандарту, проте у зразку печива ТМ «Розумний вибір» через 3 місяці зберігання виявлено плісєневї гриби. Патогенних мікроорганізмів у жодному зразку печива не виявлено.

Список використаних інформаційних джерел

1. ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови». – Київ, 2015. – 16 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ МАСЛА СОЛОДКОВЕРШКОВОГО РІЗНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК

А. Ю. Попельнух, студентка групи БТ-21;

А. Б. Бородай, к. вет. н., доцент,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Вершкове масло – одне із найбільш «потерпаючих» від фальсифікації молочних продуктів. З ним відчайдушно конкурують дешевші маргарини і рослинно-молочні суміші. Проте прихильники справжнього продукту залишаються вірними йому: масло смачне, корисне, повністю засвоюється організмом, його широко застосовують у кулінарії, хлібопекарській і кондитерській галузях [1].

Провести хімічну експертизу вершкового масла можна тільки в лабораторних умовах, чим користуються недобросовісні виробники, що маркують упаковки на свій розсуд. Але фальсифікат можна визначити і без лабораторних досліджень, застосувавши кілька порад та експрес-тестів:

- натуральне вершкове масло дорожче за своїх аналогів із рослинних жирів. Знежиреного або дієтичного вершкового масла не існує;
- продукт із рослинних жирів може маскуватися виробниками під назвами «Маселко», «Маслечко» і т. п.;
- справжнє вершкове масло легко відділяється від упаковки, не бруднить її, на відміну від спреду, який має в'язку консистенцію;
- натуральне масло має однорідну консистенцію, ненасичений жовтий чи білий колір, характерний молочний приємний запах;
- якщо на поверхні холодного масла після 20–25 хвилин перебування при кімнатній температурі з'явилися крапельки води – це підробка;
- натуральний продукт після кількох годин у морозильній камері при розрізанні буде відколюватися шматками. Якщо ж масло із морозильної камери не тверде, пачка злегка прогинається або є м'якою – це фальсифікат із рослинними жирами;
- проба смаження на сковорідці: справжнє масло кипітиме, але не буде пінитись, на відміну від масла з домішками рослинних жирів [3].

Метою нашої роботи було провести маркетингові, органолептичні та мікробіологічні дослідження масла солодковершкового.

Результати опитувань студентів та працівників ПУЕТ показали, що 40 % споживачів обирають масло солодковершкове ТМ «Ферма», 30 % – ТМ «Волошкове поле», 20 % опитаних надають перевагу продукту ТМ «Клуб сиру» та 10 % – ТМ «Хіт продукт». Визначення показників якості і безпеки проводили у трьох зразках.

При проведенні органолептичних досліджень найвищу оцінку (5,0) отримав зразок № 1 – ТМ «Ферма», найнижчу – зразок № 3 ТМ «Клуб сиру» (3,0), масло ТМ «Волошкове поле» (№ 2) оцінили на 3,9 балів.

У ході проведених мікробіологічних досліджень масла солодковершкового в усіх зразках встановлено відсутність патогенних мікроорганізмів (БГКП та сальмонел). Проте, загальне мікробне забруднення (кількість МАФАНМ, КУО, 1 г) у зразку № 3 (ТМ «Клуб сиру») перевищувало допустиму норму згідно ДСТУ 4399:2005 – в 1,6 разів. Крім того, у маслі торговельних марок «Волошкове поле» і «Клуб сиру» виявлені збудники псування – дріжджі й плісневі гриби у кількості, що перевищує показники чинної документації [2]. Це може свідчити про недотримання виробниками санітарно-гігієнічних норм при виготовленні продукції.

Таблиця 1 – Мікробіологічні показники масла солодковершкового

Назва продукту	Кількість МАФАНМ, КУО/г	Гриби, дріжджі, КУО/г	БГКП, сальмонела, КУО/ 0,1 г
Масло ТМ «Ферма»	$5,1 \times 10^4$	$1,0 \times 10^2$	–
Масло ТМ «Волошкове поле»	$4,5 \times 10^4$	$2,1 \times 10^2$	–
Масло ТМ «Клуб сиру»	$1,6 \times 10^5$	$2,8 \times 10^2$	–
Норма за ДСТУ 4399:2005	$1,0 \times 10^5$	$1,0 \times 10^2$	–

Таким чином, вимогам стандарту за мікробіологічними показниками відповідав лише один зразок – масло солодковершкове ТМ «Ферма», в усіх інших зразках кількість МАФАНМ, плісневих грибів та дріжджів (КУО/г) перевищувала норми ДСТУ 4399:2005 у кілька разів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Власенко В. В. Технологія виробництва і переробки молока та молочних продуктів / В. В. Власенко, М. І. Машкін, П. П. Бігун. – Вінниця : Гіпаніс, 2010. – 306 с.
2. Ковалець С. ДСТУ 4399:2005 Масло вершкове, 2005. – 11 с.
3. Як перевірити якість масла [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ehow.com.ua/food/yak-pereviriti-yakist-vershkovogo-masla.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 26.04.17.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ АГЛЮТЕНОВИХ ВИДІВ БОРОШНА В ТЕХНОЛОГІЇ КЕКСІВ

І. Г. Олексюк, ТРГ-51м;

Ю. А. Мацук, науковий керівник, к. т. н., доцент, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Загально відомо, що одним із видів борошняних кондитерських виробів, які користуються значним попитом у споживачів є кекси. На сьогоднішній день широко ведуться роботи з удосконалення рецептур кексів із точки зору коригування їх харчової та біологічної цінності.

Необхідно відмітити, що при захворюванні целиацією порушується засвоєння поживних речовин у тонкому кишківнику. При тривалому перебігу нерозпізнаної целиації унаслідок інтоксикації організму глютенем починаються важкі вторинні імунні порушення: інсулінозалежний цукровий діабет, хронічний гепатит, артрит, стоматит, виразки кишківника, пухлини порожнини рота і шлунково-кишкового тракту, безпліддя [1, 3].

Профілактика та лікування цього захворювання полягає, перш за все, у дотриманні спеціальних дієт. Це безглютенові дієти, в яких білок не містить глютену, адже саме глютен спричиняє виникнення алергічних реакцій у хворих на целиацію. Будь-яке споживання продуктів, що містять глютен, навіть в дуже малих кількостях, впливає на слизову оболонку кишківника [2, 4].

Таким чином, актуальним і своєчасним є розробка рецептур і технологій борошняних безглютенових виробів.

Предметом дослідження був обраний кекс «Столичний» (ДСТУ 4505:2005 «Кекси»), виготовлені за традиційною технологією.

В розроблених рецептурах здійснювалася 100 % заміна пшеничного борошна на безглютенове.

В якості безглютенового борошна було обране кукурудзяне, гречане та рисове вітчизняних виробників.

Для виробу оптимального співвідношення рецептурних компонентів виробів з використанням безглютенового борошна були досліджені органолептичні і фізико-хімічні показники кексів.

Органолептичні показники займають одне з важливих місць у комплексі показників, що визначають якість харчових продуктів і їх результати, як правило є вирішальними і кінцевими при визначенні якості продукту. Встановлено, що за сенсорними показниками експериментальні зразки не поступаються традиційним виробам.

Наукові дослідження свідчать, що фізико-хімічні показники виробів корелюють з органолептичними й відповідають вимогам чинної нормативної документації.

Таким чином, в результаті проведених досліджень можна зробити висновок про можливість розробки безглютенових кексів для людей, хворих на цeliacію з поліпшеними органолептичними та фізико-хімічними показниками якості.

У подальшому для вдосконалення технологічного процесу виробництва кексів, з використанням безглютенового борошна, буде проаналізовано мікробіологічні характеристики продукту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Доцільність використання борошна зародків кукурудзи у виробництві безглютенових борошняних кондитерських виробів / А. О. Білик, О. А. Шевченко, Л. О. Шаран та ін. // Хранение и переработка зерна. – 2017. – № 1 (209). – С. 43–47.
2. Alvarez, María Dolores, et al. «End-product quality characteristics and consumer response of chickpea flour-based gluten-free muffins containing corn starch and egg white». Journal of Texture Studies (2017).
3. Torres, María D., et al. «Coeliacs cannot live by gluten-free bread alone—every once in awhile they need antioxidants.» International Journal of Food Science & Technology 52.1 (2017): 81–90.
4. Грищенко А. М. Безглютеновий хліб з кукурудзяним борошном поліпшеної якості / А. М. Грищенко, Н. О. Ситниченко // Inżynieria i technologia. Nauka wczoraj, dziś, jutro : Zbiyr raportyw naukowych 30.01.2016–31.01.2016. – Warszawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2016. – С. 25–28.
5. Дорохович В. В. Безглютенові борошняні кондитерські вироби / В. В. Дорохович, Н. П. Лазоренко // Обладнання та технології харчових виробництв. – 2013. – Вип. 30. – С. 341–347.

ТЕХНОЛОГІЯ СОСІСОК ПАСТЕРИЗОВАНИХ З ПІДВИЩЕНИМ ВМІСТОМ ГЕМОВОГО ЗАЛІЗА

Т. О. Хорунжа, ТМя-1-1-М; **М. І. Юшко**, ТМя-4-1; **О. С. Рамік**, ТМя-4-1;
В. М. Пасічний, науковий керівник, д. т. н., професор кафедри
технології м'яса і м'ясних продуктів, Національний університет
харчових технологій

Актуальним питанням сьогодення є збільшення в раціоні населення харчових продуктів збагачених есенціальними речовинами, що дозволяє віднести дані продукти до продуктів цільового призначення.

Створення даних продуктів повинно мати на меті також вирішення питання ресурсозбереження сировинних ресурсів.

До м'ясної і молочної сировини, яка не в повній мірі використовується у виробництві харчових продуктів може бути віднесена харчова кров і молочна сироватка.

Нами вивчалась можливість розроблення рецептур варених ковбасних виробів тривалого зберігання, в технології яких, поряд з основними видами сировини тваринного і рослинного походження буде використовуватись харчова кров і суха молочна сироватка,

Для виробництва даного виду варених ковбасних виробів для підвищення їх здатності до тривалого зберігання на стадії їх виготовлення передбачено використання повторної пастеризації.

В процесі досліджень визначали вологосв'язуючу, жирутримуючу здатності, вміст води, рН і активність води A_w .

Варені ковбасні вироби мають обмежений термін зберігання, а також вимагають особливих умов зберігання на відміну від м'ясних консервів, які мають набагато більший термін реалізації. В сучасних технологіях пакування набуває поширення новий клас виробів традиційного асортименту, який завдяки використанню фізичних методів впливу на сировину, підвищеним вимогам до організації санітарної безпечності виробництва дозволяє виробляти продукцію тривалого зберігання.

Хоча харчова і біологічна цінність даних виробів дещо поступається традиційним видам м'ясних продуктів, однак при належному підборі рецептурних збагачувачів, цільовому використанню суміжних продуктів, що отримують при виробництві м'яса, в поєднанні з біологічними збагачувачами тваринного походження дозволяє розробляти нові види ковбасних виробів цільового призначення.

З метою розширення асортименту ковбасних виробів тривалого зберігання, було розроблено рецептуру варених сосисок пастеризованих, з додаванням харчової крові і сухої молочної сироватки. До складу рецептур сосисок входить: м'ясо курчат-бройлерів 50–55 %, сироватка суха – 8–10 %, білкова композиція – 20–25 %, кров – 2–5 %,

рослинний концентрат гідратований – 10–15 %, композиція харчових добавок – 1–2 %, кухонна сіль – 2,2 %, спеції.

Для підвищення смакових показників даних виробів їх передбачено використовувати в поєднанні з заливними соусами.

В табл. 1 представлено фізико-хімічні показники сосисок пастеризованих з різним складом заливного соусу

Таблиця 1 – Фізико-хімічні властивості досліджуваних сосисок

Показники	Сосиски в кисло-солодкому соусі	Сосиски в желе
Вміст води, %	76	78
ВЗЗ, %	80	83
Пластичність, см ² /г	7,3	7,5
pH соусу	6,2	6,8
pH сосисок	5,8	6,0
ЖУЗ, %	50	50
Активність води		0,974

РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАПІВФАБРИКАТІВ В МАРИНАДІ З М'ЯСА ПТИЦІ

А. Ковальчук, ТМя-4-1; Д. С. Сотніков, ТМя-2-1;

В. М. Пасічний, науковий керівник, д. т. н., професор кафедри технології м'яса і м'ясних продуктів, Національний університет харчових технологій

Актуальною задачею сьогодення є створення продукції, яка б була в першу чергу корисною та зручною у приготуванні. На сьогодні виробництво напівфабрикатів знаходить ці шляхи, створюючи нові види продукції.

Матеріалом для досліджень стали частини тушки курчати-бройлера (крило «тюльпан», ліктьова та плечова частина крила, гомілка курчати бройлера, та філе порізане на кубики «шашличок») та новітні методи пакування сирих напівфабрикатів у виробничих умовах. В процесі досліджень використовували стандартні методи

Особливо актуальним сьогодні є напівфабрикати цільном'язові або частини тушки курчати-бройлера під маринадом або сумішшю спецій та запакованих порційно в упаковку в охолодженному вигляді (лотки або пакети в середовищі захисних газів) та заморожених (вакуум пакети).

Проведене опитування маркетинговою службою ПАТ «Миронівський хлібопродукт» визначило найбільш оптимальним видом пакування для курчат-бройлерів в маринаді – вакуумування.

Вдалим прикладом розробки є продукт розроблений разом з ПАТ «Миронівський хлібопродукт» та ТМ «Наша Ряба», а саме «курочка Різдвяна».



Сировиною для виробництва є тушка або частини тушки курчати-бройлера (крило «тюльпан», літкова та плечова частина крила, голітка курчати бройлера, та філе порізане на кубики «шашличок»).

Охолоджена сировина зберігається в камері тимчасового зберігання при температурі від 0 до +4 °С не більше 48 годин.

Сировина спочатку проходить перевірку на металодетекторі, після чого нарізається до потрібного вигляду, маринується в масажері та зберігається в камері тимчасового зберігання при температурі від 0 до +4 °С не більше 48 годин.

Потім замариновану сировину пакують згідно технологічної карти.

Термін зберігання сирової охолодженої продукції запакованої в споживчому пакуванні складає при температурі від 0 до +4 °С не більше 14 діб, а замороженої при температурі –12°С до 12-ти місяців.

Отже, сьогодні населення зацікавлене в даній продукції, адже це зручно, придбати сирий замаринований продукт в магазині та просто довести до готовності згідно інструкції щодо приготування.

КОВБАСИ М'ЯСО-РИБНІ ТРИВАЛОГО ЗБЕРІГАННЯ

Д. Р. Піскун, ТМя-1-1-М; В. Д. Костишин, ТМя-4-1;

Н. П. Логвиненко, ТМя-4-1;

В. М. Пасічний, науковий керівник, д. т. н., професор кафедри технології м'яса і м'ясних продуктів, Національний університет харчових технологій

Властивості і якість ковбасних виробів забезпечується технологією виготовлення та якістю сировини.

Сировину для виробництва ковбасних виробів поділяють на основну і допоміжну. До основної належать різні види м'яса і субпродуктів. продукти, багаті білком (яйця, меланж, кров, молоко і молочні продукти, рис, соєвий білок), а також зв'язувальні речовини (пшеничне борошно, крохмаль та ін.). Допоміжною сировиною є сіль, нітрит, спеції, вода тощо.

Об'єктом дослідження була технологія м'ясо-рибних ковбас тривалого зберігання.

Завдяки комбінуванню м'ясної і рибної сировини досягається отримання продуктів з високим рівнем збалансованості по основним есенціальним речовинам: складу незамінних амінокислот, моно та полі ненасичених жирних кислот, мікронутрієнтів.

Нажаль, вітчизняні ресурси морської культури обмежені, тому перспективним є використання прісноводної риби (щуки, коропа, сазана), яка багата на фосфор, йод, мідь, марганець. А м'ясо океанічної риби (лосось) містить ненасичені жирні кислоти, які сприятливо впливають на вміст жиру в крові. Лосось також багатий калієм та фосфором, в ньому міститься калій, магній, хлор та залізо.

Технологія виготовлення м'ясо-рибних ковбас тривалого зберігання складається із наступних операцій: подрібнення м'ясної сировини на вовчку перемішування у мішалці протягом 2–3 хв з додаванням спецій, шприцювання, формування ковбасок, осадження, термічна оброблення, охолодження, повторне теплове оброблення (пастеризація або стерилізація)

Для подовження терміну зберігання даного продукту напівкопчені м'ясо-рибні ковбаси піддавали в одному варіанті пастеризації при 95–98 °С стерилізації в автоклаві при 115 °С.

Таблиця 1 – Фізико-хімічні показники сировини

Назва сировини	pH	BЗЗ, %	Aw
Філе сазана	6,7	68	0,96
Філе лосося	6,8	73	0,948
Філе щуки	6,75	69	0,934
Філе коропа	6,8	78	0,935
Свинина напівжирна	7,1	82	0,945

Таблиця 2 – Фізико-хімічні показники фаршів ковбас до та після стерилізації

Назва показника	Сира сировина	Готовий продукт
pH	6,8	6,75
Вміст вологи, %	75,5	82,3
ВУЗ, %	90	85
Aw	0,971	0,974
Вміст солі, %	1,8	1,2

Висновки. Представлені Для дослідження зразків фаршу м'ясо-рибних ковбас до і після термічної обробки (табл. 2), де вказують на суттєвий вплив стерилізації на показники м'ясо-рибних ковбас.

СЕКЦІЯ 26 НОВІТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ГАЛУЗЯХ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ, БЕЗПЕКИ ЖИТТЯ ТА ОХОРОНИ ПРАЦІ

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІМПУЛЬСНОГО СТИСНЕННЯ НА ПРОЦЕС ДВОСТОРОННЬОГО ЖАРЕННЯ М'ЯСА

*О. Я. Бичков, ТРГ-51м; А. А. Бедошвілі, ТХ-31;
В. О. Скрипник, д. т. н., доцент – науковий керівник;
А. Г. Фарісєєв, к. т. н., ст. викладач – науковий керівник,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»*

В наш час страви із жареного м'яса досить популярні. Зачасту їх готують в напхитному посуді, із-за чого воно виходить досить сухе через втрати в масі (до 35 %). А через високу температуру жарення (180...200 °С) у готових виробах утворюються канцерогенні речовини, які негативно впливають на організм людини.

Вирішення проблеми низької енерго- і ресурсної ефективності процесів жарення і апаратів для їх реалізації можливе за рахунок розробки нових процесів, що забезпечать значне скорочення тривалості теплової обробки, зменшення втрат маси виробів, витрат енергоносія та покращення органолептичних властивостей жареного м'яса.

Автори [1, 2] довели, що за рахунок використання апаратів для двостороннього жарення під тиском можна отримати високоякісні готові жарені вироби з м'яса з виходом до 90 %. Крім того, такі апарати дозволяють забезпечити питомі витрати електроенергії на рівні не вище 0,16 кВт·год/кг. Їх удосконалення можливе за рахунок використання імпульсного стиснення м'яса в процесі жарення.

Метою роботи було дослідження впливу імпульсного стиснення поблизу надлишкового граничного тиску на тривалість процесу двостороннього жарення м'яса та вихід готового продукту.

Процес жарення м'яса проводився на експериментальному зразку апарата для двостороннього жарення в умовах імпульсного стиснення. Для проведення експериментів до м'яса прикладався тиск поблизу граничного (11,5·10³ Па). За допомогою експериментального стенду здійснювався контроль за процесом жарення.

Експеримент здійснювався за наступного співвідношення тривалості прикладання та скидання зусилля стиснення: 1с/1с, 3с/1с, 5с/1с, 7с/1с, та 1с/1с, 1с/3с, 1с/5с, 1с/7с.

Першими проводилися дослідження впливу імпульсного стиснення на тривалість процесу двостороннього жарення м'яса.

Імпульсне прикладання зусилля стиснення має значний вплив на тривалість процесу жарення. Так, збільшення тривалості стиснення від 1 до 7 секунд за сталого скидання даного зусилля в 1с призводить до збільшення тривалості жарення від 54 до 58 с. Збільшення тривалості скидання зусилля стиснення від 1 до 7 с за сталого стискання в 1с також подовжує процес жарення до 64 с, що знаходиться на рівні із жаренням під постійним тиском.

Окремо проводилися дослідження впливу величини питомої поверхневої потужності на вихід готового продукту. Даний показник визначався відношенням маси готового виробу до маси напівфабрикату.

Із збільшенням питомої поверхневої потужності від кожної поверхні жарення вихід готового продукту зменшується. Так, за питомої поверхневої потужності 50 кВт/м² вихід готового продукту становить 90,4 %, а її збільшення до 350 кВт/м² зменшує цей показник на 1,6 %, до 88,8 %.

Останнім досліджуваним показником були питомі витрати електроенергії на процес жарення.

Питомі витрати електроенергії за тривалості стиснення від 1 до 7 с за сталого скидання даного зусилля в 1с збільшуються від 0,154 до 0,161 кВт·год/кг. Збільшення тривалості скидання зусилля стиснення від 1 до 7 с за сталого стискання в 1с також збільшує витрати до 0,172, що дорівнює витратам із жаренням під постійним тиском.

Висновки. В ході експериментальних досліджень встановлено:

1) скоротити тривалість процесу та підвищити вихід готового продукту дозволяє збільшення частоти імпульсів стиснення під час двостороннього жарення м'яса.

2) двостороннє жарення в умовах імпульсного стиснення тривалістю 1с/1с дозволяє на 16 % скоротити тривалість процесу, 5,4 % підвищити вихід готового продукту та на 10,5 % зменшити питомі витрати електроенергії порівняно з двостороннім жаренням в умовах осьового стиснення поблизу граничного.

Таким чином, використання імпульсного стиснення дозволяє покращити ефективність процесу двостороннього жарення м'яса.

Список використаних інформаційних джерел

1. Скрипник В. О. Розробка обладнання для реалізації процесу двостороннього жаріння м'яса в умовах осьового стиснення : [монографія] / Вячеслав Олександрович Скрипник. – Полтава: ПУЕТ, 2012. – 173 с.

2. Черевко А. И. Возможные направления повышения энергоэффективности и ресурсосбережения процессов кондуктивного жарения мяса / А. И. Черевко, В. А. Скрыпник // Техника и технология пищевых производств. – 2013. – № 2 (29). – С. 97–102.

СЕКЦІЯ 27 ІСТОРІЯ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

МИКОЛА ЛИСЕНКО (1842–1912) – КОМПОЗИТОР, ПІАНІСТ, ДИРИГЕНТ, ПЕДАГОГ

К. І. Дашко, Фіп-11;

І. М. Петренко, науковий керівник, д. і. н., професор кафедри педагогіки та суспільних наук, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Микола Лисенко – великий композитор-романтик, піаніст і педагог, засновник української класичної музики. Ім'я Миколи Лисенка ще за життя композитора отримало чіткі ознаки незаперечного авторитету. Своєю творчістю М. Лисенка вперше спробував підсумувати величезний період розвитку вітчизняної музики на основі глибокого і всебічного вивчення народного життя і народної творчості.

Заслуги композитора полягають у розвитку майже всіх існуючих в українській музичній творчості жанрів: в його доробку значна кількість опер і музично-драматичних творів, багато хорів, романсів і камерно-інструментальних композицій. Микола Лисенко заклав основи сучасної української фортепіанної музики.

Микола Лисенко також підняв вивчення української народної творчості на високий рівень, тому на глибоке вивчення заслуговує культурна і просвітницька педагогічна діяльність Лисенка, вінцем якої став створений за його участю культурно-мистецькі центри, відкрита ним Музично-драматична школа.

Композитор створив власний стиль в музичній творчості, що виростає з національного фольклору і, одночасно, є його майстерним органічним продовженням, його творчість заклала основи національного композиторського стилю, української композиторської школи. Лисенко виростив цілу плеяду молодих творців, які продовжували його традиції в українській музичній культурі.

Життєвість спадщини Миколи Віталійовича Лисенка полягає, перш за все, в її глибокій народності. Те, що зробив М. Лисенка для свого народу – доказ його великої любові до України, до української народної пісні, тому український народ безмежно вдячний великому композиторові за те, що він зумів вивести українську пісню на широкі простори світової музичної культури.

М. Лисенка – не тільки музикант: він Громадянин, виразник надій українського народу. Велика вимогливість і ретельно продумана система виховання дозволили Лисенку виховати багатьох кваліфікованих музикантів-фахівців і грамотних любителів.

ВОЛОДИМИР БОРОВИКОВСЬКИЙ: ЖИТТЯ І ТВОРЧІСТЬ ХУДОЖНИКА

Р. Ю. Юрченко, ПР-11;

В. В. Саралин, науковий керівник, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Володимир Боровиковський – шанований придворний портретист, іконописець, тонкий мініатюрист, майстер алегоричного пейзажу й історичного сюжету, вишуканий сентименталіст в історії культури розглядається переважно як російський художник. Проте слід зауважити, що великий майстер пензля народився і до зрілого віку жив і працював в Україні, формувався у межах української барокової світоглядної і образотворчої традиції, що дозволяє говорити про його належність до української культури.

Відомо, що митець народився 24 липня 1757 р. у полковому місті Миргороді, де на той час налічувалося 656 «обивательських домів» [2, с. 199]. Чоловіки з його роду, належачи до дрібної козацької старшини і служачи у війську, були відомими іконописцями. Так, Лука Боровик, батько майбутнього художника, маючи звання значкового товариша, що прирівнювалося до чину поручика в російській армії і дозволяло йому вважатися дворянином «із малоросійської шляхти» [2, с. 199], написав чимало образів для церков на Миргородщині й Полтавщині, портретів («парсун») сучасників (зокрема, відомого церковного діяча, вченого, письменника і проповідника, богослова, агіографа Дмитрія Ростовського (в миру – Данила Туптала)), картин на євангельську тематику («Благовіщення»), грав на гусях, уклав «Ноти церковних пісень». Зрозуміло, сімейне виховання позначилося на характері, системі цінностей і творчих зацікавленнях майбутнього художника.

Сімнадцятирічний Володимир вступив до Миргородського полку і прослужив до 1783 р. Вийшовши у відставку у званні поручика, він отримав характеристику: «Підвищення чину достойний і військову службу продовжувати бажає» [Цит. за: 2, с. 199]. Однак любов до малярства переважила. Збереглося кілька Володимирових барокових ікон («Христос», «Богородиця во славі») і портретів (наприклад, бургомистра полтавського магістрату П. Я. Руденка), датованих цим періодом.

У 1787 р. Катерина II подорожувала Україною до Криму. Щоб вразити імператрицю, князь Потьомкін та місцева влада по шляху її походу

поспіхом зводили палаци й фантастичні декорації. Предводитель полтавського дворянства, відомий письменник, автор знаменитої «Оди на рабство» В. Капніст залучив до робіт з оформлення Кременчуцького палацу і свого товариша В. Боровиковського. Молодий художник створив два алегоричні полотна, які, за свідченням В. Григоровича [Див. 1, с. 4], привернули увагу цариці. Твори Миргородського маляра зацікавили й М. Львова – відомого художника, архітектора, поета, музиканта, петербурзького інтелектуала, тож молодика було запрошено до столиці імперії.

У тридцять один рік Володимир вже не міг навчатися в Петербурзькій академії мистецтв, тому працював під орудою Д. Левицького, навчався у М. Львова, брав уроки у Й. Б. Лампі. У 1795 р. як віртуоз портретної техніки В. Боровиковський був удостоєний звання академіка живопису.

На стильовій манері художника позначилися впливи барокового ікони і світського парадного портрета («парсуни»). Герої його твори – заглиблені у власну душу, зосереджені на своїх переживаннях, чутливі і витончені («Лізонька і Дашенька», портрети Марії Лопухіної, Катерини Арсенєвої, торжковської селянки Христини та ін.). Відомий твір «Катерина II на прогулянці в Царському парку», на відміну від більшості відомих парадних зображень імператриці, став варіантом англійського типу «портрет-прогулянка». Жодних атрибутів царської влади на ньому немає: перед нами – літня жінка в домашньому одязі.

На картині «Алегорія зими у вигляді старого, що гріє руки біля вогню» постають дві теми – зими і старості, які, взаємно переплітаючись, створюють складний поетичний образ. Ці роздуми про старість співвідносні з останніми роками життя художника. Він жив самотньо і відлюдно, дружини і дітей не мав, вів щоденник, листувався із земляками.

У ніч із 17 на 18 квітня 1825 р. 67-річний Володимир Лукич Боровиковський помер від розриву серця. За заповітом його поховали «без зайвих церемоній», а все майно – кілька картин, небагато книг, трохи грошей (чотири тисячі карбованців) і домашніх речей роздали бідним.

Володимир Боровиковський створив синкретичний світ, у своїх портретах поетизувавши людину на тіл природи. Його полотна засвідчують еволюцію від української барокової традиції до класицистичної й сентиментальної манери, відкриваючи дорогу художникам романтизму.

Список використаних інформаційних джерел

1. Боровиковский Владимир Лукич // Великие художники. Т. 67. – Москва : Издательство «Директ-Медиа», 2010. – С. 4–48.
2. Володимир Боровиковський // Сто найвідоміших українців. – Київ : Компанія ОСМА, 2016. – С. 199–202.

ПРОБЛЕМА СВІДОМОСТІ В ФІЛОСОФІЇ

Т. С. Кукоба, ФІЛ-11;

**М. М. Мовчан, науковий керівник, к. філос. н., доцент,
доцент кафедри педагогіки та суспільних наук, Вищий навчальний
заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»**

Свідомість – це наші думки, почуття, уявлення, воля. Цей феномен людини прийнято розглядати як певний процес, потік переживань, що складається з окремих актів – сприймання, міркування, пригадування, хотіння, оцінювання тощо. Розрізняють три види актів свідомості – мислення, прагнення та емоційні переживання. Головною функцією свідомості є пізнавальна (здатність індивідуума отримувати знання про навколишній світ і про себе).

Нерідко поняття «свідомість» ототожнюється з поняттям «психіка людини». Таке ототожнювання є помилковим. Адже психіка більш складне утворення. Воно включає дві сфери відображення – свідомість та несвідоме. Вважається, що несвідоме – це сукупність психічних явищ, станів і дій, які перебувають поза сферою розуму. До несвідомого належать, в першу чергу, інстинкти (сукупність природжених актів поведінки людини, які виникли внаслідок тривалої еволюції і спрямовані на забезпечення життєвих функцій, самого існування кожної істоти). До структури несвідомого належить також інтуїція та автоматизми, що зароджуються в царині свідомості і потім переходять у сферу несвідомого.

У суб'єктивній реальності людини важливу роль відіграє самосвідомість. Самосвідомість (як підструктура свідомості) – це усвідомлення людиною себе як особистості. За допомогою самосвідомості людина реалізує ставлення до самої себе, здійснює власну самооцінку як мислячої істоти, здатної відчувати. В цьому випадку об'єктом пізнання для суб'єкта є він сам і його свідомість. Отже, людина – самооцінююча істота, яка без цієї специфічної риси не змогла б визначити себе і знайти своє місце в світі.

У процесі життєдіяльності в особистості формуються погляди, почуття, які відображають її становище в суспільстві. Вони показують не природу та її закономірності, а різні сфери суспільного життя: виробництво і розподіл, сім'ю і добробут, національні і класові відносини тощо. Сукупність поглядів людей на ці фактори складає суспільну свідомість.

Отже, суспільна свідомість – це сукупність поглядів, уявлень, настроїв, почуттів, традицій, ідей, теорій, які відображають соціальне буття в цілому або його окремі сторони в свідомості людей. Ця (суспільна) свідомість досить різноманітна, вона складається з багатьох

форм, існує, наприклад, політична форма свідомості, правова свідомість, моральна, естетична, релігійна, філософська, наукова форми свідомості.

Визначальним у виникненні і розвитку суспільної свідомості є матеріальні умови життя суспільства. Слідом за зміною соціального буття людей змінюється суспільна свідомість. Але процес відображення суспільного буття в свідомості людей є досить складним і суперечливим.

У XX столітті окрім проблеми свідомості і самоусвідомлення постає проблема несвідомого. Це проблема наявності прихованих детермінант свідомості, тобто залежності змісту свідомості від об'єктивних по відношенню до неї чинників, не представлених в досвіді самої свідомості, а тому несвідомих.

Загальна ідея несвідомого зустрічається ще у давньоіндійському вченні Патанджалі, в якому несвідоме трактувалось як найвищий рівень свідомості, як інтуїція і навіть як сила, що рухає Всесвіт. Воно починається з демонії Сократа, який стверджував, що він постійно прислухається до свого внутрішнього голосу як до своєрідної вказівки совісті та незаперечного авторитету.

Людська свідомість – це унікальне явище дійсності. Будучи внутрішнім фактором людської життєдіяльності, за своїм змістом та можливостями вона виходить далеко за межі життєвих потреб.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гуревич П. С. Философия человека / П. С. Гуревич. – Москва : ИФ РАН, 2001. – 209 с.
2. Основы философии в вопросах и ответах : учебное пособие для высших учебных заведений. – Москва : Издательство «Феникс», 2007. – 576 с.
3. Кудрявцев В. Творческая природа психики человека / В. Кудрявцев // Вопросы психологии. – № 3, 1990. – С. 113–120.

ЕКЗИСТЕНЦІЙНІ МОТИВИ У ТВОРЧОСТІ М. В. ГОГОЛЯ

В. О. Старцева, ФІЛ-11;

***М. М. Мовчан, науковий керівник, к. філос. н., доцент,
доцент кафедри педагогіки та суспільних наук, Вищий навчальний
заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

Екзистенціальну філософію називають філософією існування (фр. existentialisme від лат. exsistentia – існування). Цей напрям некласичної філософії XX століття «позиціонує і досліджує людину як унікальну духовну істоту, що здатна до вибору власної долі. Основним проявом екзистенції є свобода, яка визначається як відповідальність за результат свого вибору» [1].

Нині в сучасній українській філософській думці дуже важливим і актуальним є звернення до творчої спадщини видатних вітчизняних

письменників, мислителів, діячів культури минувшини для того, щоб відродити і піднести духовність народу.

Особливо важливим є усвідомлення значущості доробку «будителів духу» нашої нації, для утвердження національної самосвідомості українців [2]. Якраз таким доробком є творчий спадок Миколи Васильовича Гоголя, в якому виразно проявляються екзистенційні мотиви. Письменника постійно непокоїли проблеми, що турбували увесь рід людський з прадавніх часів і до сьогодні: питання взаємовідносин особи й суспільства, людського існування, віри, моральності. Дехто з дослідників життя і творчості Миколи Гоголя, називає його не лише великим письменником, але й видатним філософом-романтиком.

Слід наголосити, що саме в епоху просвітництва та романтизму (XIX ст.–XX ст.) в українському світосприйнятті проходив процес становлення і утвердження національної ідеї, яка формувалась у контексті національної самосвідомості європейських народів, підіймала хвилю культурного і національного ренесансу, ідентифікувала головні ознаки української ментальності. Важливо підкреслити, що «саме романтизм, з його специфічним світобаченням і світорозумінням, був виразом національного відродження України на початку XIX ст.» [2].

У своїх етико-релігійних і філософських поглядах М. Гоголь вельми завзято прилучився до пізнання української свідомості та світосприйняття, зосереджував значну увагу на специфічних неповторимих атрибутах українського народу. Яскраво видно, що письменник поставив перед собою непросте завдання – відкрити монолітний та повноправний народний світ.

Будь-яка людська душа постає у Миколи Гоголя, як поле, де розгортається всесвітня буттєва драма: якщо вона (людська душа) врятована – добра в світі стає більше, коли ж навпаки – добра в світі стає менше.

Підґрунтям створеного М. Гоголем світу був Бог, який давав всілякому буттю сенс та чіткість, а це дозволяє визнавати, що світогляд автора був неабияк релігійним, але не потрібно повністю зводити його до суто православних християнських постулатів.

Екзистенційна проблематика повістей, наприклад універсальність колізії мрії і дійсності, непередбачуваність подій, вторгнення в повсякденне життя ворожих людині стихійних сил – все це не було протиріччям для мотивів соціальності і гуманізму, а, як завжди у Гоголя, поєднувалося з ними [2].

Світоглядні орієнтації Миколи Васильовича Гоголя мають досить виражений екзистенційний характер. Митець ставить перед собою предковічні проблеми – самопізнання, питання морального вдосконалення, призначення людини в мінливому світі тощо. Якраз тому творчі здобутки Миколи Гоголя «становлять не лише національну, а й світову цінність. Філософ-романтик став не тільки продовжувачем, але і ре-

презентантом нових смисложиттєвих орієнтирів у відношеннях між людьми на засадах гуманізму» [2].

Список використаних інформаційних джерел

1. Екзистенціалізм – філософія існування та проблема свободи вибору [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ifreestore.net/5474/40/>. – Назва з екрана.
2. Сокирко А. М. Екзистенційні мотиви творчості М. Гоголя в контексті українського романтизму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://revolution.allbest.ru/literature/02282386_0.html. – Назва з екрана.

БУДДИЗМ І СУЧАСНЕ МИСЛЕННЯ

Д. В. Усенко, ПР-41і;

М. М. Мовчан, науковий керівник, к. філос. н., доцент,
доцент кафедри педагогіки та суспільних наук, Вищий навчальний
заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Буддизм – це соціокультурний комплекс, що включає як релігійний світогляд і культ, так і філософські та етичні погляди, традиції й звичаї, специфічні жанри мистецтва, духовні практики та ставлення до світу. Засновником буддизму був давньоіндійський мислитель Сіддхартха Гаутама, якому дали ім'я Будда, що означає – «просвітлений» [1].

Існує як міфічна, так і реальна біографія Будди. Відповідно до міфологічної версії біографії основоположника буддистського віровчення, майбутній Будда перероджувався 550 разів і щоразу в новій подобі – від царя до пацюка. Деякі вчені, що поділяють погляд на Будду як на реальну історичну особу, вважають, що його відхід до релігії був проявом політичної і духовної кризи, викликаной розширенням арійських завоювань і руйнуванням під впливом цих завоювань традиційного укладу життя і релігійних вірувань. Будда почав шукати сенс свого життя, прагнув знайти точку опори в навколишньому світі, що став незрозумілим: «Я шукатиму і знайду один благородний Закон. Щоб повстав він проти смерті, проти хвороби і проти старості» [1].

Через декілька століть після зародження буддизму на острові Цейлон були вперше зроблені записи зібраних священних текстів, які отримали назву «Трипітака». «Трипітака» включає в себе три частини: 1. Віная-пітака – «Кошик дисциплін» – містить правила поведінки, обов'язкові для членів буддистської громади (сангхи). 2. Сутта-пітака – «Кошик текстів» – подає у найбільш повному вигляді «Вчення» (Дхарму). 3. Абхидхамма-пітака – «Кошик чистого знання» – метафізичні й етико-психологічні проблеми дхарми (вчення).

Основою буддистського віровчення, яке створив Будда, є передусім вчення про «Чотири благородні істини»: 1. Життя – це страждання.

2. Джерело страждань – людські бажання, дурні пристрасті. 3. Для звільнення від страждань необхідно позбавитися від бажань. 4. Шлях позбавлення від бажань (страждань).

Шлях подолання страждань – це «благородний восьмирічний шлях», пов'язаний з дотриманням восьми чеснот: 1) правильні погляди, 2) правильна рішучість, 3) правильна мова, 4) правильна поведінка, 5) правильний спосіб життя, 6) правильне зусилля, 7) правильна увага (пам'ять), 8) правильне зосередження (медитація).

Унікальною рисою буддизму є відсутність віри у Бога-творця. Буддизм – релігія, що вчить вірити в порятунок, у можливість для людини досягнути нірвани. Однак рятує не бог. Порятунок приходить або зсередини людини, завдяки її власним духовним зусиллям, або ж завдяки допомозі будд і бодхісатв. Існує декілька напрямків буддизму – 1) *тхеравада* (школа старої мудрості) – «мала колісниця»; 2) – *махаяна* («велика колісниця»); 3) – *ваджраяна*, або тантричний буддизм.

Перші в Україні відкриті систематичні лекції з буддизму, духовні проповіді й настанови з буддистських практик відносяться до 1989 року (Україна в той час входила до СРСР), коли силовий та ідеологічний тиск радянської системи значно послабшав. Ця діяльність в основному, була зосереджена в трьох областях Східної України: Донецькій, Луганській і Харківській [2].

Проблема поширення буддизму пов'язана з його вимогливістю до особистої практики вчення, незвичністю буддистської символіки і ритуалів. Наступний аспект, що сковує поширення буддизму в Україні – фактична нерівність у нашій державі різних конфесій. Незважаючи на те, що як Конституція, так і Закон України «Про свободу совісті і релігійні організації» декларують рівність різних конфесій, у дійсності ця рівність розглядається державними структурами за принципом «усі рівні, але деякі – рівніші». Ще однією істотною проблемою є спекуляція на буддизмі в чисто комерційних цілях [3].

В Україні за статистикою налічується 42 буддистські громади та 2 центри, є 35 служителів цієї релігії. Останнім часом спостерігається значне посилення інтересу до буддизму саме як до системи, що дає практичні плоди вже в цьому житті, «тут і зараз», а не в загробному чи потойбічному світі [4]. Ми вважаємо, що це дуже важлива тенденція, оскільки вона веде до усвідомлення в суспільстві реальної цінності буддизму як загальнолюдського надбання, а не як екзотичного східного культу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лубський В. І. Історія релігій / В. І. Лубський, М. В. Лубська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/19991130/religiyeznavstvo/istoriya_religiy. – Назва з екрана.
2. Релігієзнавство : курс лекцій / В. Л. Петрушенко, О. П. Петрушенко, М. П. Скалецький та ін. – Львів : Новий Світ-2000, 2006. – 327 с.

3. Релігійно-інформаційна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://risu.org.ua/ua/index/studios/studies_of_religions/11614/. – Назва з екрана.
4. Яроцький П. Релігієзнавство : навч. посіб. для студентів вузів / П. Яроцький. – Київ : Кондор, 2004. – 305 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЖИТТЯ І ФІЛОСОФСЬКОГО ВЧЕННЯ ПІФАГОРА

К. І. Дашко, ФІП-11;

**М. М. Мовчан, науковий керівник, к. філос. н., доцент,
доцент кафедри педагогіки та суспільних наук, Вищий навчальний
заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»**

Існує думка, що філософія – наука про невідоме. Вона висвітлює нам темряву неясного, розкриває зміст можливого і вказує шляхи і межі неможливого. Винахід самого терміну «філософія» традиційно приписують Піфагору Самоському. Піфагор бачив себе не володарем істини, а лише людиною, яка прагне до неї (істини) як до недосяжного ідеалу. Тому Піфагор стверджував, що він не є мудрецем, а лише любителем мудрості – любомудром (філософом). Філософія для Піфагора була особливою системою життєвих правил. Любов до мудрості повинна була охоплювати не тільки розум, але і все єство, підкоряючи його і роблячи його аристократом духу та чесноти.

Піфагор був давньогрецьким філософом, релігійним та політичним діячем, легендою і джерелом дискусій уже в стародавні часи. У 306 р. до н. е. йому, як найрозумнішому з греків, поставили пам'ятник у Римському Форумі. З тих часів мало що прояснилося в біографії Піфагора та в історичній ролі організованого ним союзу. І досі висувуються нові гіпотези, тлумачення діяльності стародавнього мудреця та його послідовників [1].

Цей мислитель розвинув наукові досягнення як у філософії, так і в літературі, навіть в живописі. Багато в чому йому належить першість.

Різні перекази скоріше ознайомлюють нас з легендами про Піфагора, ніж з його біографією і вченням, але ж і легенди зберігають зерна істини [2, с. 67].

Вважається, що Піфагор першим став вживати слово «філософія», а також першим, хто назвав Всесвіт «Космосом» через ту впорядкованість, яка йому притаманна. Він вважав, що основоположні принципи світобудови можна висловити мовою математики. Початком, що об'єднує всі речі, виступають числові співвідношення, які виражають гармонію й порядок природи: «Всі речі суть числа» [3].

Всесвіт, згідно за Піфагором, – шароподібний і складається з десяти небесних сфер. В центрі Всесвіту розташований невидимий із землі «вогонь». Навколо нього обертаються всі сфери, в тому числі й

Земля. Кожна сфера визначена числом і дає притаманний лише їй звук, в результаті космос в цілому являє собою гармонійний світовий хор [4, с. 33]. За вченням Піфагора, «Бог – це число чисел» – це єдиний Бог, що містить у собі все. Бог виявляється як закон і сам є закон. Піфагорійці, даючи клятву, були впевнені, що справа, яку вони обіцяють виконати, освячена божественним Законом [5, с. 79].

У центрі усіх духовних і життєвих зусиль Піфагора стоїть пошук Гармонії і дотримання її. Гармонія виражає буття в його співмірності, в досягненні ним тієї досконалої міри, яка робить існування істинним, благим і прекрасним [6, с. 54].

Друга сторона вчення Піфагора говорить «про Еволюцію, як закон космосу, єдиний для всього. Безсмертна душа людини, слідуючи цьому закону, переходить з одного тіла в інше, набирає необхідного досвіду, пізнає світ, закони, Природу, завойовує Мудрість, щоб повернутися на свою Божественну Батьківщину» [7, с. 73].

Піфагорійці високо цінували дружбу, яка розглядалась як невід’ємна умова спільного життя, що добре ілюструє відомий вислів: «Між друзями всі речі – спільні». Піфагорійська дружба досі слугує гідним прикладом відданих, чесних, щирих стосунків між людьми [8, с. 32].

В піфагорійській школі почали розвиватися астрономія та медицина. Нею створено безліч алегоричних коментарів Гомера, а також граматику грецької мови. Таким чином, піфагорійців можна вважати родоначальниками гуманітарних, природничих, точних і систематичних наук.

Список використаних інформаційних джерел

1. Біографія Піфагора [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://revolution.allbest.ru/philosophy/00488246_0.html. – Назва з екрана.
2. Бородин О. І. Біографічний словник діячів у галузі математики / О. І. Бородин, А. С. Бугай. – Київ : Радянський письменник, 1973. – 551 с.
3. Філософські уявлення про походження і виникнення світу. Іонійські філософи. Піфагор. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webkonspect.com/?id=4913&labelid=105897&room=profile>. – Назва з екрана.
4. Кольман Э. История математики в древности / Э. Кольман. – Москва : Гос. изд-во физико-математической литературы, 1961. – 239 с.
5. Пухначев Ю. Метод Лаврентьева / Ю. Пухначев // Наука и жизнь, 1970. – № 11. – С. 56–60.
6. Цейтен Г. Г. История математики в XVI–XVII столетиях / Г. Г. Цейтен. – Київ : Радянська школа. – 1956. – 92 с.
7. Цейтен Г. Г. История математики за стародавніх часів і у середні віки / Г. Г. Цейтен. – Київ : Радянська школа. – 1936. – 220 с.
8. Чистяков В. Д. Рассказы о математиках / В. Д. Чистяков. – Минск, «Вышэйшая школа», 1966. – 410 с.

**ТВОРЧИСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПЕДАГОГІЧНОЇ
МАЙСТЕРНОСТІ ВЧИТЕЛЯ**

Н. В. Стерлядєва, МБВ-51м;

*В. Ю. Стрельніков, науковий керівник, д. пед. н., професор,
професор кафедри педагогіки та суспільних наук, Вищий навчальний
заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Педагогічна творчість була і залишається у центрі уваги багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Проблеми творчої діяльності вчителя в Україні досліджують Д. Б. Богоявленська, І. А. Зязюн, Н. В. Кузьміна, О. М. Пехота, М. І. Сметанський, С. О. Сисоєва, Н. В. Кічук, В. І. Загвязинський й ін.

Творчість учителя виявляється насамперед у прагненні й умінні постійно вдосконалювати свою педагогічну майстерність, відкидати застарілі та знаходити нові й досконаліші методи та прийоми роботи, творчо застосовувати передовий досвід, постійно досліджувати свою роботу. Одним із завдань методичної роботи у школі є активізація творчих здібностей учителів. Сьогодення вимагає творчого вчителя. А творчу особистість може навчити й виховати тільки творча особистість. Отже до творчої діяльності вчителя спонукає учень – розвинена й нестандартна особистість, вимоглива до свого наставника. Крім того, творчий характер закладений і в самій сутності вчительської професії.

В психолого-педагогічному трактуванні творчість – це діяльність, яка сприяє творенню, відкриттю нового, раніше невідомого суб'єкту, на основі реорганізації наявного досвіду і формуванні нових знань, умінь, навичок та здібностей. Творчість має різні рівні.

Творчість, на думку видатного радянського вченого Л. С. Виготського – це діяльність людини, що спрямована на створення нового досвіду зовнішнього світу, умовиводів та почуттів, притаманних людині [2].

За визначенням С. О. Сисоєвої, педагогічна творчість – це цілісний процес професійної реалізації та самореалізації педагога в освітньому просторі; це «не тільки сукупність послідовних і взаємопов'язаних дій учителя й учня, спрямованих на свідоме і міцне засвоєння системи знань, умінь, навичок, формування світогляду учня, культури поведінки тощо, а й сукупність послідовних і взаємопов'язаних «перетворень» у їх творчому розвитку: мотивації, характерологічних особливостей, творчих умінь, психологічних процесів, які сприяють успіху людини у творчій діяльності» [8, с. 15].

А відтак, творчість – це дослідження. І саме вчитель, певним чином, досліджує щось, а це означає, що він спостерігає та пізнає світ. В

основі творчості лежить система творчого виховання, яка обумовлюється двома основними принципами, як-от: індивідуальною зацікавленістю та соціальною значущістю.

В. І. Андреев, визначаючи творчість як вид людської діяльності, зазначає ряд ознак, що характеризують її як цілісний процес: а) наявність протиріччя проблемної ситуації чи творчого завдання; б) соціальна та особиста значущість і прогресивність; результат творчості – це внесок до розвитку суспільства та особистості (антисоціальна діяльність, навіть в її найвинахідливішій формі, – це не творчість, а варварство); в) наявність об'єктивних (соціальних й матеріальних) передумов, умов для творчості; г) наявність суб'єктивних (особистісних якостей, умінь, позитивної мотивації, творчих здібностей особистості тощо) передумов для творчості; д) новизна та оригінальність процесу та результату [1]. Якщо з названих ознак осмислено виключити хоча б одну, то творча діяльність або не відбудеться, або діяльність не може бути названа творчою.

Учитель-професіонал здатний аналізувати та використовувати нову інформацію, оскільки, як зазначав В. О. Сухомлинський, далеко не кожний стане вченим, письменником, артистом, далеко не кожному призначено винайти порох, але майстром у своїй справі повинен стати кожний [10].

Брак творчих здібностей серйозно підриває ефективність праці педагогічних працівників. Кожен учитель потенційно володіє творчими здібностями, треба тільки знайти їх у собі, перебороти психологічні перешкоди, які обмежують їх розвиток, оволодіти методами творчої діяльності.

Кожному вчителю у творчій діяльності заважає щось своє, тому бажано визначити та вивчити власні перешкоди. Певно, що ці перешкоди повністю усунути неможливо, але треба використати методику нейтралізації їх негативного впливу на творчість.

Абсолютна більшість вчених-педагогів, психологів та філософів погоджуються із думкою, що творчість – це непізнаний за генезисом та структурою феномен. Існують дві полярні думки щодо суті педагогічної творчості, а саме: педагогічна творчість – це імпліцитна здібність, подарунок долі. Творчість – це процес, яким алгоритмічно можна оволодіти, напрацьовуючи досвід.

Визначають чотири *рівня* творчого потенціалу вчителя:

- Дія по шаблону (рівень елементарної взаємодії з групою, використання зворотного зв'язку, але дія по шаблону).
- Оптимізація діяльності на заняттях (доцільний зв'язок змісту, форм і методів роботи).
- Евристичний рівень (творчі можливості «живого» спілкування із учнями).

– Повна самостійність (використання готових прийомів, але вкладання в них свого бачення).

Таким чином, досвід творчої педагогічної діяльності як процесу – виникнення задуму, його опрацювання та перетворення в ідею/гіпотезу, виявлення способу втілення задуму, ідеї – набувається за умов систематичних вправлянь у вирішенні спеціально дібраних завдань, в яких відображається педагогічна дійсність, організація як навчально-виховної, так і реальної професійно орієнтованої діяльності вчителів, на основі створення навчального середовища для фахового вдосконалення.

Отже, творча педагогічна діяльність учителя – це складний безперервний процес його професійної самореалізації. Тому кожен учитель, який прагне до вдосконалення навчально-виховного процесу, повинен перебувати у постійному творчому пошуку, в постійному експериментальному дослідженні дидактичної ефективності різних видів навчальних занять, методів навчання, форм його організації. Важливими також є усвідомлення вчителем перспектив свого професійного розвитку у педагогічній діяльності, вміння визначати особливості власного індивідуального стилю, здатність використовувати і зміцнювати свої позитивні якості, оволодіння педагогікою співробітництва, готовність до творчого, новаторського пошуку в педагогічній діяльності, адже вчитель-практик – це професіонал і творець своєї діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андреев В. И. Диалектика воспитания и самовоспитания творческой личности / В. И. Андреев. – Казань, 1988. – 237 с.
2. Богоявленская Д. Б. Психология творческих способностей / Д. Б. Богоявленская. – Москва : Академия, 2002. – 320 с.
3. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник / С. У. Гончаренко. – Київ : Либідь, 1997. – 376 с.
4. Кан-Калик В. А. Учителю о педагогическом общении : Кн. для учителя / В. А. Кан-Калик. – Москва : Просвещение, 1987. – 190 с.
5. Кузьмина Н. В. Формирование педагогических способностей / Н. В. Кузьмина. – Ленинград : Лениздат, 1981. – С. 89.
6. Лернер И. Я. Дидактическая система методов обучения / И. Я. Лернер. – Москва, 1976. – С. 35–39.
7. Пономарев Я. А. Психология творчества и учебный процесс / Я. А. Пономарев // Гуманизация образования. – 1994. – № 1. – С. 34.
8. Сисоева С. О. Теоретико-методологічне обґрунтування педагогічної творчості / С. О. Сисоева // Відкритий урок. – 2005. – № 21, 22. – С. 13–19.
9. Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента / Ф. У. Тейлор. – Киев : Контроллинг, 1991. – 191 с.
10. Сухомлинский В. О. Вибрані твори у п'яти томах / В. О. Сухомлинський. – Київ : Радянська школа, 1976. – 509 с.

НЕМЕЦКИЙ НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

К. А. Фомина, М-31;

Л. В. Вишневская, научный руководитель, к. п. н., доцент,
заведующий кафедрой иностранных языков, УО «Белорусский
торгово-экономический университет потребительской кооперации»

В Год науки в Республике Беларусь идет активный поиск новых технологий и методов с целью их успешной реализации в экономико-социальной сфере. Большое значение приобретает инновационный опыт стран – деловых партнеров нашего государства, в том числе Федеративной Республики Германии.

К основным отраслям немецких исследований, обладающих инновационным научным потенциалом, относят машиностроение, роботостроение, химическую промышленность, энергетику.

Машиностроение является ведущей отраслью немецкой промышленности. Продукция немецкого машиностроения занимает 20–25 % мирового рынка. Эта отрасль охватывает тяжелое машиностроение, автомобилестроение, судостроение, станкостроение, производство промышленного оборудования, электротехники, вычислительной техники. Всемирно известны автомобили «Mercedes», «BMW», «Opel», «Audi», «Volkswagen», производимые немецкими автогигантами.

Электротехническое производство сосредоточено в городах Франкфурт-на-Майне, Берлин, Лейпциг, Нюрнберг. Лидерами по производству электротехники являются концерны «Bosch» и «Siemens». Продукцией этих концернов (стиральные машины, микроволновые печи, кухонные комбайны, миксеры, фены и т. д.) пользуется каждый 2-й житель Европы.

Особое значение сегодня приобретает химическая промышленность. Германия занимает ведущую позицию в производстве лекарств, пластмасс, красителей, средств гигиены и бытовой химии. Основными производителями этой продукции являются концерны BASF, Bayer, Hoechst.

Не смотря на то, что у Германии очень мало собственных ресурсов, она является одной из самых энергопотребляемых стран. Для того чтобы обеспечить себя энергоресурсами, немцы не только импортируют их, но и много внимания уделяют использованию возобновляемых энергоисточников, в том числе энергии ветра, воды, солнца. В Германии считают, что такой подход позволит сэкономить 70 % получаемой энергии [1].

Современная Германия – лидер в экспериментах с «умными» производствами. В стране активно реализуется национальная концепция Industrie 4.0. Для того чтобы оснастить промышленность цифровыми технологиями, государство выделило 200 млн евро на научные исследования в данной области. В качестве примера можно привести экс-

периментальный цифровой завод в городе Амберге, построенный концерном «Siemens». На этом заводе 75 % работ выполняются автоматизировано [2].

Следует особо отметить, что в Германии научные исследования инвестируются и государством, и промышленным сектором, и частными компаниями. В информационных источниках есть данные о том, в 2015–2016 годах доля государственных затрат на исследования и разработки составила 23,2 %, доля промышленности – 52,18 %, доля частных некоммерческих организаций – 0,25 %, доля зарубежных инвесторов – 4,11 % [3].

Исследование «Innovation Union Scoreboard 2015», проведенное Европейской Комиссией, отнесло Германию к группе «инновационных лидеров» Европейского Союза. Это объясняется в том числе и тем, что за последние 10-12 лет в Германии существенно увеличились расходы на научные исследования и образование и составили 65 % (15,3 млрд евро). В 2017 году немцы планируют увеличить данные расходы еще на 25 %.

Отличительной особенностью немецкого научно потенциала является тесная связь науки и образования. Согласно рейтингу «Nature Index Global», Германия заняла в 2014 году 3-е место после Китая и США по количеству публикаций немецких научно-исследовательских учреждений и вузов [5].

Научные исследования в Германии плодотворно ведутся в университетах, которых насчитывается более 370. В данных вузах также ведется серьезная работа по повышению качества преподавания и обучения. В 2016 году в рейтинге 100 лучших университетов мира The World University Rankings 30-е место занял Мюнхенский Университет Людвиг-Максимилиана, 43-е место – Гейдельбергский университет, 46-е место – Мюнхенский технический университет, 57-е место – Университет Гумбольдта в Берлине, 75-е место – Свободный Университет Берлина [4].

Помимо университетов в Германии имеются внеуниверситетские общества, среди которых особое место занимает «Общество имени Макса Планка». Основанное в 1948 году, общество объединяет 5,5 тысяч ученых и представляет собой крупный центр фундаментальных исследований в области естественных, биологических, социальных и гуманитарных наук. Исследования этого общества проводятся на базе 78 институтов в Германии и 5 институтов за рубежом. 18 ученых этого общества стали Нобелевскими лауреатами. Данное общество входит в ТОП-10 по международному индексу цитирования научных работ ISI Citation Index.

Таким образом, немецкий научный потенциал можно оценить как очень высокий, имеющий свою специфику (сплав науки, образования, исследований), активно развивающийся и за счет внутренних ресур-

сов, и за счет привлечения зарубежных инвестиций и интеллектуального капитала.

Список использованных информационных источников

1. Жизнь в Германии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-o-germany.ru/>. – Название с экрана. – Дата доступа: 18.03.2017.
2. Доклад о человеческом развитии 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/32961019-Doklad-o-chelovecheskom-razvitii-2015.html>. – Название с экрана. – Дата доступа: 18.03.2017.
3. Приоритеты зарубежных НИОКР двойного назначения / отв. ред.: Л. В. Панкова, С. Ю. Казеннов. – Москва : ИМЭМО РАН, 2016. – 236 с.
4. Новости гуманитарных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/>. – Название с экрана. – Дата доступа: 22.03.2017.

ИЗ ИСТОРИИ БЕЛОРУССКИХ ИЗОБРЕТЕНИЙ

С. А. Северин, П-21;

**Л. В. Вишневская, научный руководитель, к. п. н., доцент,
заведующий кафедрой иностранных языков, УО «Белорусский
торгово-экономический университет потребительской кооперации»**

Наше исследование посвящено изучению истории лучших белорусских изобретений и их создателей. Интерес к данной теме обусловлен положениями указа Президента Республики Беларусь «Об объявлении 2017 года Годом науки», в котором акцентируется внимание на сохранении и приумножении научно-технического потенциала страны.

Анализ тематических публикаций позволяет нам утверждать, что белорусская земля богата на изобретения и таланты.

Автором одного из первых проектов подводной лодки стал белорус Казимир Черновский из Минской губернии. В период обучения медицине в академии он разработал в свободное от занятий время проект подводной лодки. Проекту не суждено было реализоваться по причине ареста изобретателя из-за его политической деятельности.

Заслуживают огромного уважения изобретения Часовых дел мастера Генриха Сона из города Могилева. Он был единственным участником от Российской империи на третьей Всемирной выставке в Лондоне в 1862 году. Его часы были удостоены почетного отзыва. На четвертой Всемирной выставке в 1867 году в Париже Г. Сон представил еще более сложные часовые механизмы. Одни часы имели годовой завод, другие часы были очень маленькие и выглядели как брелок в форме золотой пули. Г. Сон добился уменьшения размера часов в нес-

сколько раз за счет размещения часовых шестерен в пяти плоскостях друг над другом.

Модель первого в мире зерноуборочного комбайна предложил агроном Андрей Власенко, окончивший Горы-Горецкое земледельческое училище. До появления этого изобретения крестьяне косили в поле при помощи серпа. В 1868 году А. Власенко изготовил и испытал зерноуборочную машину, которую назвал «конной зерноуборкой на корню». Его машина имела гребенку для обрывания колосьев, транспортер для их подачи в барабан молотилки, саму молотилку и деревянный ларь для сбора намолоченного зерна.

Новый музыкальный инструмент – ксилофон придумал белорус Михозл Гузиков из города Шклова. С детства М. Гузиков играл на флейте. Но после болезни, давшей осложнение на легкие, ему пришлось отказаться от игры на флейте и освоить соломенную гармонику. М. Гузиков усовершенствовал эту гармонику, увеличил количество пластинок и расположил их в особом порядке. Изобретателю удалось добиться свободной вибрации звука, поэтому его новый инструмент имел красивый тон.

Белорус Федор Евстафьев остался в истории как изобретатель вертолета. Он трудился плотником-столяром в паровозном депо города Гомеля. В 1909 году Ф. Евстафьев закончил работу над винтокрылой моделью. Она была метровой величины и назвалась геликоптер, то есть винтовое крыло. Модель была направлена на Екатеринославскую промышленную выставку и имела большой успех среди ее посетителей. Ф. Евстафьев получил охранное свидетельство на это изобретение, но не получил финансовой поддержки в его постройке.

Инженер путей сообщения станции Барановичи-Полесские Николай Зарембо-Владычанский из Могилевской губернии вошел в историю изобретений как создатель железнодорожной стрелки с автоматическим затвором. В 1900 году он представил на всемирной выставке в Париже чертеж и модель своего изобретения, которые получили Почетный диплом.

Белорус инженер-строитель Владислав Трилинский является автором покрытия дорог под названием «трилинка». Оно сохранилось и до настоящего времени. Сегодня его можно увидеть на двух улицах города Бреста. Метод, который предложил В. Трилинский, состоял в том, что шестигранную плитку с гранью 20 сантиметров, вылитую на заводе, укладывали поверх подготовительной песчано-гравийной подушки. Со временем раствор стирался, а плитка, шлифуясь, становилась однородного темно-серого цвета.

Наш современник белорус Сергей Латышев из города Минска является одним из первых изобретателей электропневмобиля. Аппарат имеет наземный и воздушный варианты. На нем расположена солнечная установка с КПД 72,5 %. За счет вырабатываемой ею электроэнер-

гии электропневмомобиль ездит и летает. С учетом уменьшения запасов углеводородов на планете, за такими изобретениями – будущее!

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что белорусская земля подарила мировой науке немало известных имен, чьи открытия и изобретения делались и делаются не только в академических институтах или конструкторских бюро крупных предприятий. Мы должны помнить эти имена и бережно хранить их изобретения.

Список использованных информационных источников

1. Топ-7 изобретений белорусских самородков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.open.by/it/80518>. – Название с экрана. – Дата доступа: 01.03.2017.

ВЫДАЮЩИЕСЯ НЕМЕЦКИЕ ИЗОБРЕТАТЕЛИ И ИЗОБРЕТЕНИЯ

Н. В. Веренич, Б-11; А. Н. Дивакова, Б-11;

***Л. В. Вишневская, научный руководитель, к. п. н., доцент,
заведующий кафедрой иностранных языков, УО «Белорусский
торгово-экономический университет потребительской кооперации»***

Согласно официальным данным Посольства Республики Беларусь, Федеративная Республика Германия является одним из ведущих партнеров нашего государства в торгово-экономическом и научно-техническом сотрудничестве [1].

Германия является родиной многих талантливых изобретателей и изобретений. В настоящем исследовании остановимся на наиболее значимых, на наш взгляд, открытиях, которые имеют важное практическое значение для улучшения уровня жизни каждого человека.

Среди современных изобретений хотелось бы выделить следующие. Согласно изданию «Science Alert», в декабре 2015 года немецкие ученые Института плазменной физики «Общества имени Макса Планка» добились контроля над плазмой посредством использования устройства, называемого стелларатор. Это открытие имеет огромный потенциал. Благодаря полученной устойчивой термоядерной реакции с превышением выделяемой энергии над затраченной, немецкие ученые смогут в ближайшем будущем производить неограниченное количество энергии. В связи с этим, потребность государств в таких источниках энергии, как газ, нефть, уголь, может исчезнуть [2].

Еще одно инновационное открытие немецких исследователей из Института экспериментальной вирусологии и иммунологии имени Генриха Петте (город Гамбург) и Технического университета (город Дрезден) касается разработки особого средства (энзима), способного извлечь вирус иммунодефицита человека из клеток его иммунной

системы. Ранее многие исследования были направлены на то, чтобы найти способы продлить жизнь человека, больного СПИД, сделать ее более комфортной. Это средство называли «Врес 1». Клинические испытания на лабораторных мышах показали, что оно полностью избавляет клетки организма от около 90 подвидов и штаммов вируса ВИЧ-1. Одним из авторов данного метода лечения является ученый Йоахим Хаубер. В научной среде метод называют «генетический скальпель» или «генные ножницы» и считают серьезным прорывом в лечении СПИД [3].

Если обратиться к истории немецких открытий, следует отметить исследователя Фрица Габера. В период с 1894 по 1911 годы Фриц Габер совместно с Карлом Бошем разработали процесс получения аммиака из водорода и атмосферного азота. Процесс осуществлялся в присутствии катализатора, в условиях высоких температур и высокого давления. Данный процесс получил название «процесс Габера», а самому ученому вручили Нобелевскую премию по химии в 1918 году. Открытие Габера позволило государствам не зависеть от наличия на их территории месторождений нитрата натрия, а химическим путем производить дешевые азотные удобрения [4].

Значимое место в истории немецких изобретений занимает авиа-конструктор Эрнст Хейнкель, основавший в 1922 году одноименную самолетостроительную фирму. Э. Хейнкелю принадлежит разработка семиместного транспортного скоростного самолета, пикирующего бомбардировщика, истребителя. Фирмой Хейнкеля выпускались более 100 типов самолетов: пассажирские, военные, учебные. Э. Хейнкель был одним из первых авиаконструкторов, построивших опытные реактивные самолеты с ракетным двигателем и турбореактивным двигателем [5].

Сегодня трудно себе представить ведение домашнего хозяйства без использования чистящих и моющих средств, особенно стирального порошка. Создателем первого в мире стирального порошка считают немецкого торговца Фрица Хенкеля, увлекавшегося химией. Опытным путем он получил моющее средство, в составе которого преобладал силикат натрия. В 1976 году Ф. Хенкель вместе с партнерами основал компанию «Henkel», торговавшую порошком. Продукт получил популярность, так как имел низкую цену, хорошо отстирывал грязь и был красиво упакован в пакеты, удобные для покупки, транспортировки и использования хозяйками [6].

Таким образом, немецкие изобретатели внесли существенный вклад в развитие научно-технического прогресса, а их открытия в разных областях науки способствовали качественному улучшению уровня жизни населения, удовлетворению их разнообразных потребностей.

Список использованных информационных источников

1. Научно-техническое сотрудничество Республики Беларусь с Федеративной Республикой Германия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://germany.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/scientific/. – Название с экрана. – Дата доступа: 02.04.2017.
2. Немецкие ученые получили устойчивую термоядерную реакцию, которая может привести к революции в энергетике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gordonua.com/news/worldnews.html>. – Название с экрана. – Дата доступа: 30.03.2017.
3. Немецким ученым удалось победить вирус иммунодефицита человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hi-news.ru/research-development/nemeckim-uchyonum-udalos-pobedit-virus-immunodeficit-a-cheloveka.html>. – Название с экрана. – Дата доступа: 29.03.2017.
4. Процесс Габера-Боша и Нобелевская премия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.people.su/25089>. – Название с экрана. – Дата доступа: 31.03.2017.
5. Эрнст Хейнкель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Название с экрана. – Дата доступа: 08.04.2017.
6. История компании Henkel [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.henkel.ru/company/milestones-and-achievements/history>. – Название с экрана. – Дата доступа: 08.04.2017.

СЕКЦІЯ 30 ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ

КОМП'ЮТЕРНИЙ ТРЕНАЖЕР З «ТЕОРІЇ ЙМОВІРНОСТЕЙ» ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ ДИСЦИПЛІНИ «МАТЕМАТИКА ДЛЯ ЕКОНОМІСТІВ»

Е. Г. Безмєнов, І-41;

А. І. Шурдук, науковий керівник, к. ф.-м. н., доцент, завідувач кафедри вищої математики і фізики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Теорія ймовірностей важливий розділ дисципліни «Математика для економістів». Цей розділ є теоретичною основою викладання більшості економічних, соціологічних, спеціальних дисциплін і використовується у більшості сферах науки і техніки, а також грамотними економістами, бізнесменами та керівниками різного рівня.

При дистанційному вивченні дисципліни виявляється недостатнім освоєння теоретичного матеріалу курсу. Виникає необхідність у прак-

тичному обчисленні ймовірності випадкових подій з використанням комбінаторних формул. Комп'ютерний тренажер призначений для закріплення теоретичного матеріалу дисципліни, відпрацювання технічних навичок вирішення завдань, забезпечує отримання інформації з теорії та методів обчислення ймовірності з застосуванням теорем ймовірності суми та добутку подій, формул повної ймовірності та Байєса, законів розподілу випадкових величин. Це дозволяє проводити контроль та самоконтроль знань і практичних умінь.

Самі тренажери призначені для закріплення матеріалу і відпрацювання технічних навичок розв'язання задач. Вони забезпечують отримання інформації по теорії і прийомам розв'язання задач, тренування на різноманітних рівнях самостійності, контроль та самоконтроль, надають допоміжні засоби. Тренажери, як правило, включають режими: теорія, самостійна робота, самоконтроль.

В результаті програма реалізована на високорівневій і наразі найактуальнішій мові програмування JAVA. Її особливість в кроссплатформеності, тобто програма може бути запущена на таких операційних системах як: Windows, Mac OS, Solaris і дистрибутивах Linux. Щодо останнього, це дуже актуально для навчальних закладів, адже Linux є безкоштовними тому і доволі поширенні. Також ця мова програмування надає можливість доволі легко перенести програмний код на мобільну платформу Android, яка наразі є найпоширенішою для мобільних смартфонів.

Графічний інтерфейс реалізований на технології Swing з додатковим модулем Look and Feel. Це надало можливість зробити програмо легкою для сприйняття, надати їй приємного зовнішнього вигляду, з метою забезпечити комфорт рішення своїх задач для користувача.

Особливість тренажера в тому, що вона сама генерує і розраховує приклади, і вже на базі своїх розрахунків надає свої завдання студенту.

Програма має дві частини:

- частина для студента (рис. 1). В ній надаються завдання для студента, і саме в ній студент надає свої рішення.

- частина для викладача (рис. 2). Ця частина виявилась деяким побічним ефектом, для відлагодження роботи програми, але вона корисна тим, що викладач може перевіряти коректність своїх прикладів, а також генерувати завдання для студентів. Для них дана частина доступною не буде.

Розгляд частини для студента: 1 – панель для задач, умов і відображення дій; 2 – відображення умови згідно варіанту; 3 – панель для відповідей.

Розгляд частини викладача: все дуже просто – правильні відповіді, які були обчислені запропонованими формулами.

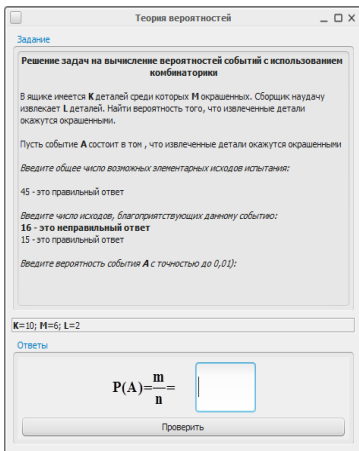


Рисунок 1 – Частина для студента

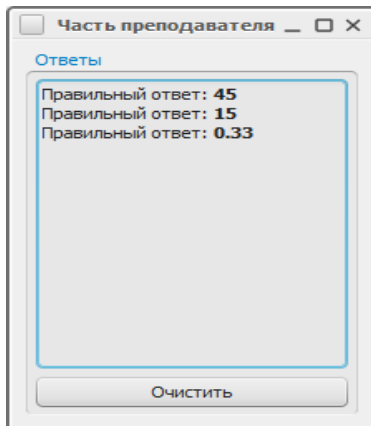


Рисунок 2 – Частина для викладача

В результаті була розроблена перша версія програми комп'ютерного тренажера з окремих тем «Теорії ймовірностей» дистанційного курсу дисципліни «Математика для економістів». Проведено тестування та налагодження програми тренажера, вдосконалення й покращення дизайну. В подальшому, планується продовжити роботу з написання програми тренажера для інших тем дисципліни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лопатін О. К. Теорії ймовірностей та математична статистика. Практикум для самостійної роботи студентів / О. К. Лопатін. – Київ : Техніка, 2001. – 154 с.

ФІЗИКА У ВИРОБНИЦТВІ ПЛОДОВО-ЯГІДНИХ СОКІВ

Ю. М. Добринь, А. В. Скрипник, ТХ-11;

Л. І. Вовк, науковий керівник, к. пед. н., доцент кафедри вищої математики і фізики, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ми – майбутні технологи харчового виробництва. Вивчаючи дисципліну «Фізика», нас зацікавило, яку роль у виробництві продуктів харчування грає фізика. Для цього ми вивчали різні інформаційні джерела з харчових технологій, методів контролю якості продуктів харчування, методів зберігання та транспортування. В результаті проведеної роботи було з'ясовано, що до фізичних властивостей, які відіграють важливу роль у виробництві продуктів, належать загальні фі-

зичні властивості (маса, щільність,) структурно-механічні (в'язкість), теплофізичні, оптичні, електричні тощо [1–3].

Для дослідження ми вибрали соки, які дедалі більше стають популярними через збільшення інтересу суспільства до здорового способу життя. Споживання звичайних легких напоїв (наприклад, Coca Cola) викликає оксидативний стрес і може навіть призвести до нечутливості до інсуліну. А соки здатні збільшити антиоксидантні можливості сироватки крові і навіть призупинити оксидативний стрес та запалення, які викликаються високим вмістом жирів та цукру у їжі.

Метою нашої роботи стало дослідження фізичних явищ та характеристик у виробництві яблучних соків. Завданнями нашого дослідження стали: 1) Виявити фізичні характеристики та методи досліджень, які застосовують у виробництві яблучних соків. 2) Виміряти основні характеристики яблучних соків за стандартами.

Розглянемо технологію виробництва соків. Яблука промивають у холодній воді, відкидають на сито й дають стекти воді. Підготовка плодів перед видобуванням соку полягає у подрібненні сировини для одержання м'язги (для збільшення виходу соку): щоб сік з вакуоль, протоплазми клітин та з міжклітинників видалити повністю. Сік відокремлюють механічним способом або нагріванням фруктів паром. Механічний спосіб полягає у вичавлюванні соку за допомогою пресів. Для тривалого зберігання сік підігрівують протягом кількох хвилин, не доводячи до кипіння, а потім розливають у добре прогріту тару, стерилізують протягом 20–30 хв при температурі 85 °C і закупорюють.

Ми дослідили такі характеристики соків: вміст сухих речовин, кислотність та в'язкість. *Сухі речовини* – це постійна кількість продукту, яка залишається після вилучення води. Відносна густина соку тим вища, чим більша в ньому концентрація сухих речовин. *Кислотність* – важлива характеристика соку. Доведена бактерицидна дія кислот – вони можуть знищити за більш чи менш короткий час багато мікроорганізмів. pH обчислюється як від'ємний десятковий логарифм активності іонів H^+ . Тобто водневий показник pH – це величина, що показує міру активності іонів водню (H^+) в розчині. *В'язкість* – властивість рідини чинити опір при переміщенні однієї частини щодо іншої. В'язкість залежить від масової частки сухих речовин.

Для дослідів ми використали такі соки: «Карпуз» – неосвітлений, без цукру. «Galicia» та «Наш сік» – прямого віджиму. «Sandora» – освітлений. «Ранок» – нектар (рис. 1).

Рефракція (заломлення світла) – це зміна напрямку світлових променів при переході з одного середовища в інше. Показник заломлення являється однією з характерних констант продукту, він залежить від природи продукту, довжини хвилі падаючого світла, температури оточуючого повітря, концентрації розчину. Чим вища концентрація розчину, тим більше значення показника заломлення. Для визначення

частки сухих речовин ми застосовували рефрактометр УРЛ (рис. 2). Основні вимоги до якості соків такі: вміст сухих речовин (за показами рефрактометра) для яблучного соку вищого сорту — не менше 11,5 %; 1-го — 9,5 %.

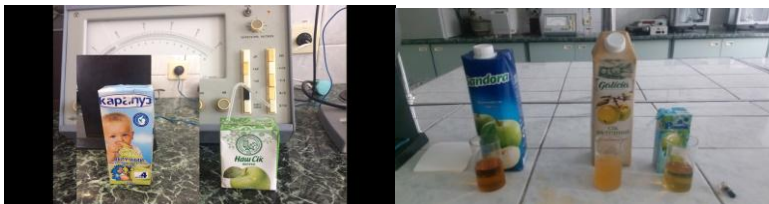


Рисунок 1 – Зразки для дослідження

Кислотність ми вимірювали на приладі рН-метр (рис. 2). Дія рН-метра заснована на вимірі величини ЕРС електродної системи, яка пропорційна активності іонів водню в розчині – рН (водневого показника). Вимірювальна схема являє собою вольтметр, проградуєований безпосередньо в одиницях рН для електродної системи (вимірювальний електрод – скляний, допоміжний – хлорсрібний).

За допомогою капілярного віскозиметра (рис. 2) ми визначали кінематичну в'язкість соку, вимірявши час проходження соку через нижнє розширення капіляру. Після трьох вимірювань визначали середній час і підставляли у формулу для в'язкості:

$$V = \frac{g}{9,807} \cdot T \cdot K.$$



Рисунок 2 – Зліва – направо: рефрактометр, рН-метр та віскозиметр

Отримані результати вимірювань зведені у таблиці 1.

Таблиця 1 – Результати вимірювань

Назва виробу	Вміст сухих речовин у % (ДСТУ: 10-12, плоди – 11)	% вмісту кислоти (<4,2)	В'язкість в м ² /с
1. «Карпуз»	13,2	3,4	0,55
2. «Galicia»	12,6	3,7	0,49
3. «Наш сік»	10,6	3,3	0,54
4. «Sandora»	11,2	3,2	0,51
5. «Ранок»	12	3,1	0,59

В результаті проведеного дослідження ми впевнились у тому, що фізичні явища, процеси, закони мають місце у виробництві продуктів харчування, що фізичні величини виступають показниками якості продуктів, що фізичні методи досліджень швидкі та точні. По дослідженим показникам соків ми зробили висновок, що на сучасний ринок поступають досить якісні натуральні соки, які відповідають нормам.

Список використаних інформаційних джерел

1. <http://lektsii.net/3-34523.html>. Натуральні властивості товарів.
2. http://studopedia.su/10_36534_sorbtsiyni-vlastivosti-harchovih-produktiv-yih-znachennya-pri-otsintsi-yakosti-tovariv.html
3. <http://www.allbest.ru/> Властивості харчових продуктів.
<http://gostrf.com/normadata/1/4294826/4294826195.pdf>

СЕКЦІЯ 31 ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ

ВЛИЯНИЕ НЕЙРОГИМНАСТИКИ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА

***К. М. Ковальчук**, ЛНУ ім. Т. Шевченка. Інститут культури і мистецтв;*

***Н. М. Ахтирська**, науковий керівник, ст. викладач кафедри фізичного виховання, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Нейрогимнастика – унікальна методика для розвитку людських можливостей, яка представляє собою комплекс тілесно-орієнтованих вправ, що дозволяють через тіло м'яко впливати

ствовать на мозговые структуры. Она очень полезна как взрослым, так и детям.

Разработана она была более 40 лет назад американским психологом Полом Деннисоном, девиз которого: «Движение – дверь в обучение». А в начале 90-х годов прошлого века, совместно с доктором Гейл Деннисон, была создана программа «Гимнастика Мозга», посвященная естественному развитию человека и методике активации созданных природой механизмов работы мозга посредством физических движений тела.

Пол и Гейл Деннисоны увидели огромный потенциал, заложенный в физические движения и который можно использовать для развития человека.

Гимнастика мозга состоит из простых и доставляющих удовольствие упражнений, которые облегчают все виды обучения и особенно эффективны для оптимизации интеллектуальных процессов и повышения умственной работоспособности. Они улучшают мыслительную деятельность, синхронизируют работу полушарий, способствуют запоминанию, повышают устойчивость внимания, помогают восстановлению речевых функций, облегчают процессы чтения и письма.

Научные исследования, проводимые в психологии и нейрофизиологии выявили, что определенные физические движения оказывают влияние на развитие интеллекта человека. На основании полученных выводов возникла новая система – образовательная кинезиология, направленная на изучение связей ум – тело, и оптимизацию деятельности мозга через физические движения.

Образовательной ее назвали потому, что в процессе занятий мы узнаем самих себя, получаем знания о собственных проблемах и о том, что же нам делать дальше, чтобы компенсировать перенесенный ранее стресс. С помощью специально подобранных упражнений наш организм балансирует процессы, происходящие в нем, координирует работу правого и левого полушарий, развивает взаимодействие тела и интеллекта.

Каждое из упражнений для мозга, способствует возбуждению определенного его участка и механизма объединения мысли и движения. В результате этого, новое учение становится более естественным и лучше запоминаемым. Помимо этого упражнения для мозга способствуют развитию координации движений и психофизических функций.

Одной из важнейших характеристик упражнений «Гимнастики Мозга» является их влияние на активизацию так называемого базового опыта человека, они поддерживают его развивающие навыки, лежащие в основе всех других более сложных навыков.

Каждое упражнение выполняется не более 2-х минут. Их можно делать в различных сочетаниях. Перед упражнениями специалисты реко-

мендуют выпить сок, воду или чай, так как жидкость способствует включению активной мыслительной деятельности.

Под влиянием кинезиологических тренировок, в организме происходят положительные структурные изменения. Сила, равновесие, подвижность, пластичность нервных процессов осуществляется на более высоком уровне. Совершенствуется регулирующая и координирующая роль нервной системы. Гимнастика мозга позволяет выявить скрытые способности человека и расширить границы возможности деятельности его мозга. Нейрогимнастика – это универсальная система упражнений, она эффективна и для детей и для взрослых в любом возрасте.

КОННЫЙ СПОРТ НА ОЛИМПИЙСКОЙ АРЕНЕ

П. Ю. Букарова, ЛНУ им. Т. Шевченка. Институт культуры и искусств;

Н. М. Ахтирська, науковий керівник, ст. викладач кафедри фізичного виховання, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Конный спорт – сборное понятие, включающее разнообразные упражнения и дисциплины, выполняемые человеком, верхом на лошади. Первые состязания на конях появились еще в древности, у кочевых племен.

Точной информации о появлении первых соревнований с участием лошадей нет. Возможно еще древние люди Восточной Европы могли использовать лошадь для увеселительных мероприятий. Наиболее древние упоминания относятся ко 2-ому тысячелетию до нашей эры.

Лошади в Европе появились довольно поздно – во время греко-персидских войн.

Уже на первых Олимпийских играх наряду с соревнованиями атлетов проходили состязания конников.

В Древнем Риме также были популярны игры с участием лошадей. Проводились как традиционные соревнования всадников, так и гладиаторские бои, частью которых были боевые колесницы.

Одним из последних видов появился конкур и достаточно быстро распространился в Европе.

В 1900 году в Париже на 2 Олимпийских играх состоялась премьера конного спорта. На них было только 2 дисциплины – прыжки на лошадях в длину и конкур. В 1912 году в столице Швеции появились выездка и троеборье. С этого времени конный спорт навсегда был включен в структуру Олимпийских игр.

В программу олимпийских игр входит: конкур, выездка, троеборье.

Выездка – самый элегантный вид конного спорта, в котором членами жюри оценивается чистота выполнения. Человек верхом на лошади должен демонстрировать различные аллюры. Управлять живот-

ным нужно незаметно, конь должен быть послушным и без промедлений выполнять все команды.

Конкур – динамичный и зрелищный вид спорта, целью которого является преодоление разнообразных препятствий в определенной последовательности. Впервые был показан на французской выставке в 1951 году. Быстро соревнования набрали популярность и сейчас являются одними из наиболее востребованными. Предъявляются большие требования во время выступлений на соревнованиях и к всаднику и к лошади. Главное во время испытания – взять барьер. Но также учитывается чистота выполнения, время прохождения маршрута, ложные прыжки, закидки.

Вольтижировка – сочетание гимнастики и еды на лошади. В процессе движения всадник должен выполнять определенные акробатические и гимнастические упражнения. Судьями оценивается как мастерство всадника, так и работа лошади.

Конные пробеги – для победы в этом соревновании нужно прийти к финишу первым. При этом протяженность дистанции может быть различной, скорость может ограничиваться. Такие состязания вырабатывают выносливость у лошадей, но ключевая победы принадлежит всаднику, который должен правильно рассчитать возможности животного, максимальные суточные нагрузки, промежутки езды и отдыха.

Гонки в упряжках (драйвинг) – в этом соревновании используется упряжка. Лошадьми управляет человек, сидящий в экипаже. Целью соревнования – прийти первым к финишу.

Конный спорт считается одним из самых травмоопасных видов спорта. Но если человек хоть раз связал свою жизнь с лошадьми, то вряд ли когда-либо сможет от этого отказаться. В этом виде спорта работают все группы мышц, что вряд ли еще какой либо вид спорта сможет этим похвастаться. Также лошади являются лучшими врачами, чему есть множество доказательств, что иппотерапия дает свои положительные результаты. Также лошади являются хорошими психологами и друзьями и в отличие от людей они никогда не предадут человека.

ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОЙ МОТИВАЦИИ К ЗАНЯТИЯМ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ У СТУДЕНТОВ

С. С. Коростик, Бс-21;

**Н. А. Сергейчик, научный руководитель, преподаватель кафедры
физического воспитания и спорта УО «Белорусского торгового-
экономического университета потребительской кооперации»**

Согласно инструктивно-методического письма «Об организации в 2016–2017 учебном году физического воспитания студентов учреждений высшего образования» физическое воспитание студентов в новом

учебном году должно быть направлено на формирование культуры здорового образа жизни и мотивации к физическому совершенствованию.

Одной из наиболее сложных структур личности является мотивирование. Поскольку мотив всегда рассматривался как основа деятельности, его формированию посвящали свои исследования практически все ученые педагоги и психологи. Процесс формирования интереса к занятиям физической культурой и спортом – это многоступенчатый процесс: от первых простейших гигиенических знаний и навыков до глубоких психофизиологических знаний теории и методики физического воспитания и спортивной тренировки. Мотивация к физической деятельности особое состояние личности, направленное на достижение оптимального уровня физической подготовленности и работоспособности. Мотив – это сформированное обоснование своего действия, внутреннее состояние личности, которое направляет и определяет ее действия в каждый момент времени. Мотивационный компонент отражает позитивное эмоциональное отношение к физической культуре, сформированную потребность в ней, систему знаний, интересов, мотивов и установок, волевых усилий, направленных на практическую и познавательную деятельность.

Мотивация учебно-физкультурной деятельности вытекает из различных потребностей, которые А. Ц. Пуни разделил на три группы: потребность в движении, потребность выполнения обязанностей учащегося и потребность в спортивной деятельности.

Потребность в движении является базовой, врожденной потребностью человека и животных. У разных индивидов эта потребность выражена по-разному, что зависит как от генетических, так и социальных факторов. Так, суточная активность студентов (объем локомоций) может отличаться в два-три раза в связи с генетически предопределенной потребностью в активности вообще и в движениях в частности.

Большая потребность в двигательной активности имеется у лиц с сильной нервной системой и преобладанием возбуждения по «внутреннему» балансу. Такие лица более активны на занятиях по физкультуре и во время тренировок. Поэтому у них наблюдается лучшая успеваемость по овладению двигательными навыками и развитию двигательных качеств, а педагоги отмечают большую их работоспособность. Однако большая активность одного ученика по сравнению с другими еще не означает, что он сознательнее подходит к своим обязанностям, что он более ответствен, просто ему требуется больший объем движений, чтобы удовлетворить потребность в двигательной активности.

Для учащихся с низкой двигательной активностью требуется дополнительная внешняя стимуляция: постоянное внимание со стороны учителя и товарищей, подбадривание, включение в совместную работу с высокоактивными учениками.

Основой формирования потребности является знание. Знание формирующим образом влияет на мотивы и интересы. Знания о значимос-

ти того или иного вида деятельности на индивида, формируют потребность в двигательной активности. Необходимо информировать студентов о влиянии физических упражнений на организм, состояние здоровья и работоспособность. Исследования, проведенные Л. И. Божович, О. В. Дашкевич, В. И. Ковалев, А. М. Магюшкина, выявили важную роль познавательных мотивов для решения фундаментальных проблем развития и активности личности, эффективности обучения, формирования склонностей и способностей.

Основой мотивации является познавательная деятельность. Барановская Д. И. в своих работах выявила отсутствие у студентов знаний о способах движений, физической нагрузке, воздействии физической нагрузки на организм, все это взаимодействует с неумением планировать самостоятельные занятия физическими упражнениями и осуществлять самоконтроль в процессе их проведения.

Теоретические знания и практический опыт, полученный во время занятий физической культурой и спортом, формируют кругозор личности в области физической культуры и потребности в ней. Спектр этих потребностей достаточно широк: это потребность в движениях и физических нагрузках, в общении, контактах и проведении свободного времени в кругу друзей; в играх, эмоциональной разрядке, самоутверждении, укреплении позиций своего «Я», в познании и в физическом совершенствовании.

Среди занимающихся физкультурой в той или иной форме основными мотивами, по данным многих исследований, являются: укрепление здоровья, получение удовольствия от занятий (приятное времяпрепровождение), общение и т. д.

1. Оздоровительные мотивы. Наиболее сильной мотивацией молодежи к занятиям физическими упражнениями является возможность укрепления своего здоровья и профилактика заболеваний. Благотворное воздействие на организм физических упражнений.

2. Двигательно-деятельностные мотивы. Выполнение специальных физических упражнений для мышц всего тела и зрительного аппарата значительно повышает эффективность релаксации, чем пассивный отдых, и удовольствие от самого процесса занятий физическими упражнениями. При занятиях физическими упражнениями в организме человека происходят изменения деятельности всех систем, в первую очередь сердечнососудистой и дыхательной.

3. Соревновательно-конкурентные мотивы. Данный вид мотивации основывается на стремлении человека улучшить собственные спортивные достижения.

4. Эстетические мотивы. Мотивация студентов к занятиям физическими упражнениями заключается в улучшении внешнего вида и впечатления, производимого на окружающих.

5. Коммуникативные мотивы. Совместные занятия физической культурой и спортом содействуют улучшению коммуникации между социальными и половыми группами.

6. Познавательно-развивающие мотивы. Данная мотивация тесно связана со стремлением человека познать свой организм, свои возможности, а затем и улучшить их с помощью средств физической культуры и спорта.

7. Творческие мотивы. Занятия физической культурой и спортом дают неограниченные возможности для развития и воспитания в обучающихся творческой личности.

8. Профессионально-ориентированные мотивы. Группа данной мотивации связана с развитием занятий физической культурой, ориентированных на профессионально важные качества студентов различных специальностей, для повышения уровня их подготовки к предстоящей трудовой деятельности.

9. Административные мотивы. Занятия физической культурой являются обязательными в средних учебных заведениях. Для получения контрольных результатов введена система зачетов, один из которых по предмету «Физическая культура».

10. Психолого-значимые мотивы. Занятия физическими упражнениями положительно влияют на психическое состояние подрастающей молодежи. Определенные виды физических упражнений являются незаменимым средством нейтрализации отрицательных эмоций у человека.

11. Воспитательные мотивы. Занятия физической культурой и спортом развивают в личности навыки самоподготовки и самоконтроля.

12. Статусные мотивы. Благодаря развитию физических качеств у подрастающего поколения увеличивается их жизнестойкость. Повышение личностного статуса при возникновении конфликтных ситуаций.

13. Культурологические мотивы. Данная мотивация приобретает у подрастающего поколения с воздействием, оказываемым средствами массовой информации, обществом, социальными институтами, в формировании у личности потребности в занятиях физическими упражнениями.

При выявлении причин, снижающих интерес и активность на занятиях по физической культуре, в основу были приняты результаты анкетирования студентов, в котором приняли участие 68 студентов второго курса учетно-финансового факультета УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». На вопрос: «Что нужно вам для того, что бы вести здоровый образ жизни, систематически и регулярно заниматься оздоровительными формами физической культуры?» Ответили, что систематически придерживаются правил ЗОЖ и поддерживают свою физическую форму регулярно занимаясь дополнительно, помимо учебных занятий, оздо-

ровительными формами физической культуры 10 % студентов. Остальным 24 % опрошенным не хватает для этого свободного времени, у 56 % не хватает для этого желания, 4 % высказали, что им для этого необходимо хорошее настроение и соответствующая погода, и 6 % затруднились ответить на данный вопрос.

Овладение системой знаний помогает сформировать потребность в занятиях физическими упражнениями. А также позволяет студентам самостоятельно использовать средства физической культуры, обеспечивая адекватную самооценку и самоконтроль. Необходимо, с одной стороны, заложить основные понятия физической культуры студента в широком понимании, привить навыки здорового образа жизни и потребности к занятиям физической культурой и спортом, с другой – повышать двигательные качества и физическую подготовленность студентов.

Поэтому необходима целенаправленная работа по приобщению студенческой молодежи к физической культуре как одного из важнейших слагаемых в формировании здорового образа жизни и эффективных средств по укреплению и сохранению здоровья у студентов.

В связи с этим основной задачей физической культуры в ВУЗе является развитие познавательного интереса студентов к занятиям физической культурой. Вместе с тем, большое значение имеет донесение до студентов взаимосвязи занятий физической культурой с главными объектами заботы о физическом состоянии, приоритетными ценностями здорового образа жизни. Это все в целом поможет сформировать у студенческой молодежи потребность заниматься физкультурной деятельностью на протяжении всей последующей жизни, осознать, что это необходимо в их дальнейшей профессиональной деятельности.

Список использованных информационных источников

1. Беляничева В. В. Формирование мотивации занятий физической культурой у студентов / В. В. Беляничева // Физическая культура и спорт: интеграция науки и практики. – Саратов, 2009.г.
2. Ильин Е. П. Психология физического воспитания / Е. П. Ильин. – Санкт-Петербург : 2002 г.
3. Сырвачева И. С. Мотивация самостоятельных занятий физическими упражнениями / И. С. Сырвачева. – Владивосток, 2003 г.
4. Пятков В. В. Формирование мотивационно-ценностного отношения студентов к физической культуре: на материале педвузов : дис. канд. пед. наук. / В. В. Пятков. – Сургут, 1999. – 184 с.

СЕКЦІЯ 32 ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У ГЛОБАЛЬНОМУ СВІТІ

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄВРОПИ

М. М. Мішок, ЗМ-2016

О. І. Трохимець, к. е. н., доцент, доцент кафедри
економічної теорії, національної та міжнародної економіки
Класичного приватного університету

За роки незалежності наша країна претерпіла величезні соціально-економічні кризи, які значно відкинули її на кілька десятиліть за економічними показниками. Особливо у порівнянні з розвиненими країнами.

Розвиток відносин з ЄС у довгостроковій перспективі, з урахуванням геополітичного, геоекономічного та історичного європейського статусу України, повинен залишатися одним з пріоритетів зовнішньоекономічної політики України. Метою розвитку зовнішньоекономічних відносин України з ЄС є забезпечення економічної інтеграції господарства України у загальноєвропейський економічний простір. Це значною мірою залежить від реалізації положень Угоди про партнерство та співробітництво між ЄС і Україною та Тимчасової угоди про торгівлю [1, 2]. Основними пріоритетами мають стати:

1) трансформація політичного визначення України як держави з перехідною економікою до юридичного закріплення її статусу в законодавстві ЄС з метою отримання відповідних торговельно-економічних, фінансово-кредитних, інвестиційних преференцій;

2) розширення доступу українських товарів, зокрема таких важливих, як текстиль, продукція металургійної промисловості та сільського господарства на європейські ринки;

3) підтримка ефективних національних товаровиробників шляхом вдосконалення міжнародно-правового механізму захисту їх інтересів, зокрема через укладення відповідних галузевих угод; зняття існуючих бар'єрів у торгівлі та поглиблення виробничої кооперації;

4) гармонізація економічного законодавства відповідно до стандартів Європейського Союзу з урахуванням національних економічних інтересів і специфіки економіки України.

Розвитку відносин з країнами «Великої сімки» приділяється також багато уваги, тому що саме вони є потенційно найважливішими постачальниками нових технологій і високотехнічних виробів, а також найпотужнішим джерелом інвестицій. Пріоритети співробітництва з чотирма з них (Великобританія, Італія, Франція, Німеччина) збігаються з їх визначенням стосовно країн ЄС. З моменту проголошення незалежності України почала застосовувати енергійні заходи по відновленню і розвитку зовнішньої торгівлі з Німеччиною. З урахуванням економічного розвитку Німеччини, її потенціалу, її місця серед інших розвинених країн Заходу торговельно-економічні відносини з нею, безумовно, мають пріоритетне значення [2].

У зовнішній торгівлі Німеччина була і залишається одним з найважливіших партнерів України. В основному з України до Німеччини експортуються товари промислового сектора. Основне місце із загального українського експорту займають текстильні вироби й одяг, друге – вироби фармацевтичної та хімічної промисловості, а також вироби із заліза та сталі. У німецькому експорті до України також переважають товари промислового сектора. Перше місце займають машини, друге – транспортні засоби, далі – сировина та продукція хімічної та фармацевтичної промисловості, електротехнічна продукція та текстиль.

На сьогоднішній день Україна стала одним з найбільших торгових партнерів Німеччини з придбання продукції машинобудування і поставок текстильної та деревообробної продукції, а також тютюнової продукції, алкогольних напоїв та пива. Італія є другим після Німеччини торговим партнером України в Європі. Помітною особливістю італійсько-українських торгових відносин є динамізм зовнішньоторговельного обороту. На початковому етапі торгівлі між Італією і Україною спостерігалось значне перевищення обсягів українського експорту над імпортом [3].

Вирівнювання структури торгівлі вдалося забезпечити за рахунок скорочення питомої ваги української продукції низької технологічної переробки, що поставляється до Італії, і збільшенням частки готової продукції. Італійці купують в Україні напівфабрикати металургійної промисловості, продукцію хімічного виробництва, металообробку, машинобудівну продукцію, агропромислові товари, товари легкої промисловості: меблі, взуття, одяг і т. д. [3].

Через консерватизм окремих урядових і ділових кіл Великобританії країна не в повній мірі використовує потенційні можливості країн Східної і Центральної Європи, в т. ч. і Україна, для подальшого розвитку взаємовигідних торгових відносин.

Істотну вагу в структурі товарів, які експортуються Україною, займають чорні метали. Британія імпортує, насамперед, сировину, а також продукцію металопромисловості, сталеві труби, продукцію трубопрокатної промисловості. Попитом у Великобританії користуються українська соняшникова олія, добрива, вата та текстильна сировина. Відбулася стабілізація в об'ємах продуктів неорганічної хімії, яка поставляється Україні [1–3].

Перспективи подальшого розвитку та удосконалення зовнішніх економічних зв'язків України пов'язані з проведенням єдиної зовнішньоекономічної політики держави, реалізацією її економічних інтересів і безпеки, проникненням та зміцненням позицій національного товаровиробника на зовнішніх ринках товарів та послуг, посиленням конкурентоспроможності української продукції, збільшенням її експорту, надходжень іноземних інвестицій, вчиненням контролю за надходженням в Україну валютних цінностей, захистом прав і законних інтересів України, вітчизняних і зарубіжних суб'єктів господарської діяльності.

Доцільно активно розвивати співробітництво в рамках глобальних науково-технічних проєктів, які здійснюються «сімкою» на основі міжнародної кооперації, в тому числі у сферах енергетики, агропромислового комплексу, космосу, екології, охорони здоров'я, транспорту, зв'язку, інформатики, фундаментальних наук.

Список використаних інформаційних джерел

1. Фомішин С. В. Міжнародні економічні відносини на рубежі тисячоліть / С. В. Фомішин. – Херсон : Олді-плюс, 2002. – 558 с.
2. Козменко В. М. Міжнародні економічні Відносини: середовище, форми, бізнес та інстрація : навч. посіб. / В. М. Козменко. – Чернівці, Рута, 1996. – 162 с.
3. Філіпенко А. С. Світова економіка / А. С. Філіпенко. – Київ, 2000. – 68 с.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СВІТІ

А. О. Шерстобітова

О. І. Трохимець, к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії, національної та міжнародної економіки Класичного приватного університету

На тлі глобалізації ринків товарів та капіталу міжнародна трудова міграція стає дедалі важливішим питанням для учасників світової економічної системи. Зростання економічних та демографічних відмінностей між країнами, вдосконалення систем комунікації та транспортного сполучення, а також наявність в країнах призначення мігрантів, які можуть сприяти притоку нових іммігрантів, стали основними причинами активізації трудової міграції. При цьому кількість незаконних мігрантів продовжує збільшуватися, що ускладнює співробітництво між країнами походження та призначення в сфері захисту прав мігрантів та справедливий розподіл вигоди від трудової міграції. Формальні канали трудової міграції залишаються обмеженими, особливо для жінок та низькокваліфікованих працівників; незаконні мігранти ризикують стати жертвами торгівлі людьми та зазнати трудової або сексуальної експлуатації.

За останні 25–30 років різниця в рівні доходів між країнами світу збільшилася. В 1975 р. ВВП на душу населення в країнах з високим рівнем доходу в 8 разів перевищував цей показник для країн з середнім рівнем доходу і в 41 раз – для країн з низьким рівнем доходу. До 2010 р. різниця в рівнях ВВП на душу населення між країнами з високим, середнім та низьким рівнем доходу збільшилася до 14 та 66 разів відповідно. Частково це пов'язано з різними системами виробництва, що також спонукає трудову міграцію. Так, у світі налічується 3 мільярди працівників, з них 43 % зайняті в сільському господарстві, переважна більшість з яких живе в бідних країнах [2, с. 103].

Низький рівень заробітку в сільському господарстві створює надмірну пропозицію працівників, які готові мігрувати з сільських районів до міст, або до інших країн у пошуку кращих можливостей працевлаштування. Економічна нерівність та демографічні зміни в країнах стимулюють трудову міграцію. За оцінками експертів, в країнах, що розвиваються, кількість працівників щорічно збільшується на 40 мільйонів осіб. Кількість

працівників в індустріальних країнах збільшується повільно, або зовсім не збільшується, при цьому дві третини осіб зайняті в сфері послуг [3, с. 41].

Міжнародна міграція досягла рекордної в 2015 році кількості, – число міжнародних мігрантів перевищило 250 мільйонів і досягло рекордного рівня. При цьому, особливістю стало те, що полюсами тяжіння стають країни, що розвиваються. Країни, що розвиваються, з більш високими темпами економічного зростання все частіше стають полюсом тяжіння для жителів інших країн, що розвиваються, але мають скромні показники розвитку. Ілюстрацією впливу міжнародних мігрантів на економіку служить той факт, що в цьому році вони переведуть на батьківщину своїм сім'ям більше 600 млрд дол. США, а обсяг грошових переказів, які надійдуть в країни, що розвиваються, складе 441 млрд дол. США, говориться в доповіді «Міграція і грошові перекази: статистичний довідник – 2016», підготовленому Глобальним партнерством в галузі знань про міграцію і розвиток (KNOMAD), створеним з ініціативи Групи Світового банку [1].

Найбільшим джерелом грошових переказів були Сполучені Штати – обсяг коштів, відправлених з цієї країни в 2014 році, оцінюється в 56 млрд дол. США; далі йдуть Саудівська Аравія (37 млрд дол. США) і Росія (33 млрд дол. США).

Найбільшим одержувачем грошових переказів була Індія – обсяг коштів, що надійшли в цю країну в 2015 році, оцінюється в 72 млрд дол. США; далі йдуть Китай (64 млрд дол. США) і Філіппіни (30 млрд дол. США). Міжнародні грошові перекази мігрантів більш ніж втричі перевищують обсяг допомоги націлена розвитку і служать «рятивним колом» для мільйонів домогосподарств в країнах, що розвиваються. Крім того, річний обсяг заощаджень мігрантів становить понад 500 млрд дол. У сукупності грошові перекази і заощадження мігрантів можуть служити вагомим джерелом фінансування проєктів в області розвитку, здатних підвищити рівень життя і доходів в країнах, що розвиваються. В сучасних умовах міграція розвивається по лінії «Південь-Південь» масштабніше, ніж міграції по лінії «Південь-Північ». У 2015 році понад 38 відсотків міжнародних мігрантів переїхали з одних країн, що розвиваються в інші країни, що розвиваються, тоді як з країн, що розвиваються в багатьох економічно розвинутих країнах переїхали 34 відсотки мігрантів.

У десятку провідних країн призначення міграції увійшли Сполучені Штати, Саудівська Аравія, Німеччина, Росія, Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ), Сполучене Королівство, Франція, Канада, Іспанія та Австралія (рис. 1).

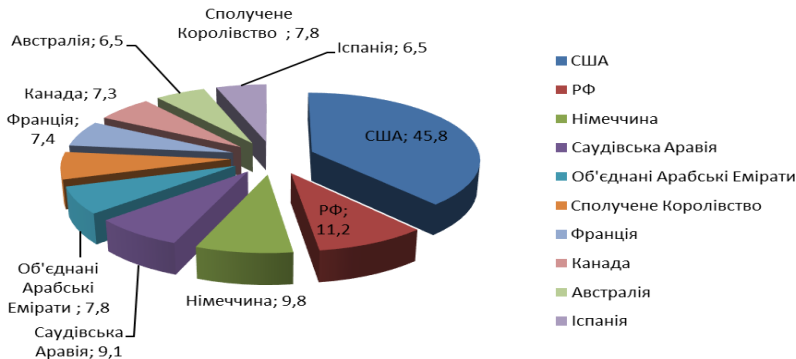


Рисунок 1 – Країни з найбільшою кількістю мігрантів (млн осіб)

У десятку провідних країн-джерел міграції увійшли Індія, Мексика, Росія, Китай, Бангладеш, Пакистан, Філіппіни, Афганістан, Україна та Сполучене Королівство (рис. 2).

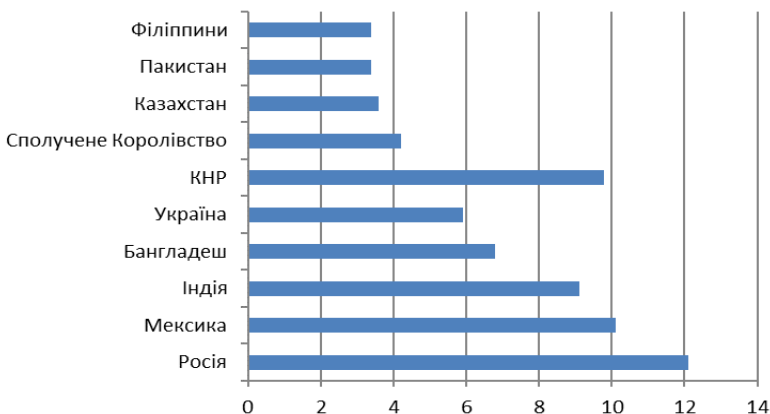


Рисунок 2 – Країни-донори мігрантів в світі (млн осіб)

Найбільшим каналом міграції в світі був міграційний коридор Мексика-США, за яким у 2015 році пройшло 13 млн мігрантів. Другим по значущості був напрямок Росія-Україна, за яким слідує напрямку Бангладеш-Індія і Україна-Росія. Відповідно до класифікації Організації Об'єднаних Націй, останні три напрямки є коридори міграції по лінії «Південь-Південь». Проведені обширні дослідження, які підтверджують, що міграція як висококваліфікованих, так і низькокваліфікованих працівників приносить різноманітні вигоди і приймають, і відправляють країнам. Діаспори країн, що розвиваються і поворотна міграція можуть служити джерелами капіталу, торгівлі, інвестицій, знань і передачі технологій.

У 2014 році в світі налічувалося 14,4 млн біженців (без урахування 5,1 млн палестинських біженців), що становить 6 відсотків всіх міжнародних мігрантів. Близько 86 відсотків біженців прийняли у себе країни, що розвиваються, причому найбільше їх перебувало в Туреччині, Пакистані, Лівані, Ірані, Ефіопії, Йорданії, Кенії, Чаді та Уганді. На противагу цьому, в розвинених країнах знаходилося 1,6 млн біженців. Останнім часом Туреччина стала однією з країн, які приймають найбільша кількість сирійських біженців.

За даними ООН, країни, з яких походить більша частина шукачів притулку, не змінюються з 2014 року: це Сирія, Афганістан, Сомалі, Південний Судан, Судан, Демократична Республіка Конго, Центральнаафриканська Республіка, М'янма та Еритрея.

Основним фактором, що впливає на зростання кількості шукачів притулку, є війна в Сирії. Якщо виключити цю країну з обрахунків, то з 2011 року зростання відбулося лише на рівні 5 % (+500 тис. осіб). З 2012 року кількість сирійських біженців зросла більш ніж у 30 разів: 23,4 тис. на кінець 2012 та 799,9 тис. на кінець 2015 року. За межами ЄС конфлікт в Сирії найбільше вплинув на Туреччину (1,8 млн зареєстрованих біженців), Ліван (1,2 млн), Йорданію (628 800), Ірак (251 300) та Єгипет (131 900) станом на середину 2015 року.

Таким чином, найбільшу кількість біженців приймає Африка та Близький Схід (7,1 млн), удвічі менше їх зареєстровано в регіоні Азії та Океанії (3,8 млн), приблизно стільки ж зареєстрованих у Європі (3,5 млн) і значно менше – у географічно віддаленій Америці (0,75 млн).

Список використаних інформаційних джерел

1. Правові механізми регулювання міграційних процесів : [монографія] / Кол. авт. : Н. П. Бортник, В. С. Канцір, М. М. Сірант, Р. І. Радейко, Т. В. Бачинський ; за заг. ред. Н. П. Бортник. – Львів : НУ «Львівська політехніка», 2016. – 892 с.
2. Прибыткова И. Трудовые мигранты в социальной иерархии украинского общества / И. Прибыткова // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2012. – № 4. – С. 159.
3. Трудова міграція населення Тернопільської області: кількісний та географічний аспекти / Б. С. Довжук, С. С. Хаба, О. С. Левченко [та ін.] ; Тернопільська обласна держ. адміністрація, Тернопільський обласний центр зайнятості. – Тернопіль : Джура, 2006. – 72 с.

СПІВОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ)
Львівський торговельно-економічний університет
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця
Білоруський торгово-економічний університет
споживчої кооперації
Євразійський національний університет
імені Л. М. Гумільова
Університет національного та світового господарства
Кооперативно-торговий університет Молдови
Таджицький державний університет комерції**

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТОВАРОЗНАВСТВА

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**XL Ювілейної міжнародної наукової студентської
конференції за підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2016 рік**

Головний редактор *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *Г. А. Бжікян*

*Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 22,6.
Тираж 80 пр. Зам. № 088/903.*

*Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*